

जैविक कृषि उत्पादों के लिए टूल किट



पतंजलि कृषक समृद्धि कार्यक्रम

आचार्य बालकृष्ण

पतंजलि आग्रेनिक रिसर्च इंस्टीट्यूट हरिद्वार, उत्तराखण्ड



# कृषि आधारित मार्केट टूल किट

11  
कदम

बाजार की मौँग के आधार पर  
उत्पादन योजना विकसित करें।

उत्पादकता बढ़ाने के लिए किसान  
संगठन स्तर पर ज्ञान प्रसार के लिए  
दक्ष किसानों का कैडर तैयार करें।



बाजार समाधान के लिए संगठन  
/ सहकारिता का माडल

रेखा विभागों एवं सहयोगी  
संस्थानों से जुडाव का प्रयास करें।



## संदेश

हमारे देश में किसानों की खुशहाली का रास्ता उनके द्वारा तैयार उत्पादों का लाभकारी दाम देने वाली व्यवस्था के मजबूत होने पर ही टिका है। वर्तमान हालात ऐसे हैं कि ऐसी व्यवस्था न सरकारें दे पा रही हैं न गैर सरकारी प्रयास अभी तक किसानों को ऐसी व्यवस्था प्रदान करने का भरोसा दिला पाये। यही कारण रहा है कि बाजार व्यवस्था में सबसे कमज़ोर कड़ी के रूप में देखा जाता है। फलतः किसानों को दशों से विभिन्न हितगमियों अथवा स्टेक होलडर्स के द्वारा लगातार कमतर आंक कर पोषण किया गया है। किसानों को बाजार में अपना दबदबा बनाने के लिए सोची समझी रणनीति अपनाकर खुद को मजबूती से खड़ा करना होगा। जिससे अन्नदाता के रूप में प्रचलित किसान अपनी खुशहाली के लिए किसी और का मोहताज न बना रहे।

आपके हाथों में इस “उपभोक्ता टूल किट” हस्त पुस्तिका में दस कदमों का क्रमवार उल्लेख किया गया है। हर कदम का अपना एक महत्व है। आशा है उपभोक्ताओं के लिए जागरूकता में यह टूल किट लाभकारी होगा।

हमारे प्राचीन शास्त्रों में “अनं तै औषधि:” कहकर अन्न को औषधि एवं आशेह्य का कारण बताया गया है। वहीं, दुर्भाग्य से हमारी वैज्ञानिकपरक परम्परागत खेती की तिलांजलि देकर हरित कांति को जिस दिवा स्वपन को हमने देखा है उससे हमने पेट भरने के साधन तो प्राप्त किये लेकिन भोजन स्वास्थ्यवर्धक न होकर शोग का कारण बन गया।

यह सत्य है कि आज 135 करोड़ से अधिक आबादी वाले इस देश के लोगों को शोगों के चैंगुल में पहुँचाने का दुर्भाग्यपूर्ण कारणों में रसायनिक खेती व उसके माध्यम से उगायी जाने वाली सब्जियां व अन्न भी एक मुख्य कारण है। किसान आज दीन-हीन पराश्रित मजदूर मात्र बनकर रह गया है। कहीं खाद के नाम पर, कहीं दवाइयों के नाम पर, कहीं कृषि संसाधन व उपकरण के नाम पर आज उसे लूटा जा रहा है। उसी कर्ज के बोझ तले दबाकर आत्महत्या के लिए मजबूर किया जा रहा है। महंगे दयायानों से जहाँ किसान दरिद्र हो रहा है वही जलवायु मिटटी, अन्न व पशुओं का चारा भी प्रदूषित व जहरीला हो रहा है, जिसके कारण कैसर जैसी भयानक शोगों से पीड़ितों की संख्या में निरन्तर वृद्धि हो रही है।

किसानों को खाद, बीज से लेकर ट्रैक्टर, डीजल आदि पर इतना अश्रित कर दिया गया है कि वह चाहकर भी उस चंगुल से बाहर नहीं निकल सकता।

किसानों के नाम पर दी जाने वाली सब्सिडी जहरीले रसायनों को बेचने वालों को मालामाल करने में लगी हुई है, उन जहरीले रसायनों को खाकर आज पूरा देश अस्पतालों व मंहगी-मंहगी दवाइयों के चकव्यूह में फँसा है तथा उनका जीवन बर्बाद होने से, पारिवारिक जन मञ्चदार में आकुल-व्याकुल होने को मजबूर है।

आज पूरा देश कुछ नीति-निर्माताओं तथा चन्द लोगों की चालाकी व धूर्तता का परिणाम भूगतने को मजबूर है। दुनिया के प्रतिबंधित जहरीले रसायनों से युक्त खेती करने वाले लोगों और उस जहर से उत्पन्न शोगों को प्रतिबंधित जहरीली दवाइयों से ठीक करने वाले लोगों को देखकर ऐसा लगता है कि मानो यह देश जहर के चकव्यूह में फंसकर शोग व शोक से कभी मुक्त न हो पायेगा।

इन पीड़ादायी दृश्यों को देखकर पतंजलि आर्गेनिक इसर्च इस्टीट्यूट ने धरती मॉ को जहर से मुक्त करने का संकल्प लिया है। इसके लिए विविध अनुसंधान एवं निरन्तर प्रयासों से इन उत्पादों को “सर्वे भवन्तु सुखिनः” के भाव से तैयार कर “सम्पूर्ण व सार्थक कृषि” के समाधान का प्रयास किया गया है।

हम उस दिन की आशा में हैं जब धरती मॉ रासायनिक खाद व कीटनाशकों से जहरीली दवाइयों का भण्डार नहीं बनेगा। छोटे-छोटे बच्चे कैसर व किडनी जैसी भयानक बीमारियों से पीड़ित होकर अपने मॉ-बाप के सामने बिलख-बिलख कर प्राण त्यागने की विवश नहीं होंगे। आश्ये, हम सब मिलकर एक स्वस्थ एवं समृद्धगाली देश तथा शांतिमय विश्व बनाने के लिए कृत संकल्प हों और एक कदम जैविक खेती, समृद्ध किसान, स्वस्थ देश के उदघोश के साथ आगे बढ़ें।

## • अभिरवीकृति •

परम श्रद्धेय स्वामी राम देव जी एवं परम पूज्य आचार्य बालकृष्ण जी के मार्गदर्शन में पंतजलि आग्रेनिक रिसर्च इंस्टीट्यूट हरिद्वार द्वारा देशभर के कृषकों के लिए जैविक प्रमाणीकरण को वृहद स्तर पर बढ़ाये जाने का अभियान संचालित किया जा रहा है। इसी अभियान के तहत “मार्केट लिंकेज टूल किट हस्त पुस्तिका” आपके हाथों में है। इस पुस्तिका के प्रकाशन का मुख्य उद्देश्य यह है कि देश के किसान अपने जैविक उत्पादों की विपणन व्यवस्था अपने स्तर से कर सकें। इस पुस्तिका में व्यारहु कदमों की विस्तृत जानकारी दी गई है। जिसके माध्यम से कृषक संगठित होकर अपने उत्पादों की विपणन व्यवस्था प्रभावी तरीके से संचालित कर सकते हैं।

इस “मार्केट टूल किट हस्त पुस्तिका” के लेखन के लिए हम पंतजलि आग्रेनिक रिसर्च इंस्टीट्यूट के निदेशक डा. ऋषि कुमार के महत्वपूर्ण योगदान के लिए आभार ज्ञापित करते हैं एवं मुख्य महा प्रबन्धक श्री पवन कुमार जी के आभारी है जिन्होंने हस्त पुस्तिका के लेखन के लिए समय की माँग के अनुसार पूरी टीम को प्रेरित किया। इसके अलावा इस पुस्तिका के लेखन, संकलन एवं सम्पादन में संस्थान के विभिन्न विशेषज्ञों ने समय-समय पर आयोजित बैबिनार के माध्यम से महत्वपूर्ण सुझाव प्रदान किये, खासतौर पर संस्थान के कृषि तकनीकी पदामर्शदाता डा. अशोक कुमार मेहता, श्री विवेक बेनीपुरी (महाप्रबन्धक) एवं डा. विनोद भट्ट के अलावा सभी सदस्यों ने योगदान प्रदान किया।

पंतजलि कृषक समृद्धि कार्यक्रम के तहत संचालित योगाहार आनलाइन कार्यक्रम के तहत जुड़े सैकड़ों किसानों, वैज्ञानिकों के महत्वपूर्ण सुझाव भी पुस्तिका के लिए महत्वपूर्ण साबित हुए। हम उन सभी व्यक्तियों के आभारी हैं जिन्होंने प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से पुस्तिका में सहयोग प्रदान किया।

**पंतजलि आग्रेनिक रिसर्च इंस्टीट्यूट, हरिद्वार**

## कृषि आधारित मार्केट लिंकेज ट्रूल किट की सामग्री

### प्रस्तावना :

हमारे देश में किसान को अन्नदाता कहा जाता है। लेकिन वहीं दूसरी ओर बाजार में किसान को संगठन एवं जागरूकता के अभाव में कमतर आंका जाता है। बाजार को संचालित करने वाले बिचौलिये किसान को उसकी प्रतिकूल परिस्थितियों के कारण केले के समान की संज्ञा देते हैं। बाजार में बिचौलियों के मध्य यह तथ्य प्रचलित है कि यदि केला चाकू के ऊपर गिरेगा तो केला ही कटेगा और यदि चाकू केले के ऊपर गिरेगा तो भी केले को ही कटना है। सीधा अर्थ है कि हर परिस्थिति में किसान को ही नुकसान झेलना है। ऐसी परिस्थितियों में खेती को किसान के लिए नुकसान का धंधा अथवा व्यवसाय माना जाता रहा है। इन चुनौतियों एवं बदली परिस्थितियों में किसान अब खेती को लाभकारी बनाने एवं बाजार में अपने को सुदृढ़ करने के लिए रणनीति बदलनें को मजबूर हो रहे हैं। अब समय आ गया है कि किसानों को बाजार के साथ तालमेल बिठाकर अपने पक्ष को मजबूत करना होगा। जिससे खेती को लाभकारी बनाया जा सके।

कृषि विपणन में कृषि उपज की खीदी और विक्री शामिल है। यह परिभाषा पुराने दिनों के लिए उपयुक्त थी जब ग्रामीण क्षेत्रों की अर्थव्यवस्था को अपने उत्पाद के विपणन में कोई समस्या नहीं थी क्योंकि वह अपने उत्पाद को सीधे उपभोक्ता को नकद अथवा वस्तु विनिमय प्रणाली से बेचते थे। वर्तमान में कृषि उपज पुराने दिनों से काफी अलग है क्योंकि अंततः उपभोक्ता तक पहुँचने से पहले कई हाथों से गुजरती है। कृषि विपणन न केवल उत्पादन और खपत को प्रोत्साहित करने में बल्कि आर्थिक विकास की गति को तेज करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। कृषि विपणन में कृषि उपज की खीदी और विक्री शामिल है। यह परिभाषा पुराने दिनों के लिए उपयुक्त थी जब ग्रामीण क्षेत्रों की अर्थव्यवस्था को अपने उत्पाद के विपणन में कोई समस्या नहीं थी क्योंकि वह अपने उत्पाद को सीधे उपभोक्ता को नकद अथवा वस्तु विनिमय प्रणाली से बेचते थे। वर्तमान में कृषि उपज पुराने दिनों से काफी अलग है क्योंकि अंततः उपभोक्ता तक पहुँचने से पहले कई हाथों से गुजरती है। कृषि विपणन न केवल उत्पादन और खपत को प्रोत्साहित करने में बल्कि आर्थिक विकास की गति को तेज करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। कृषि विपणन में कृषि उपज की खीदी और विक्री शामिल है। यह परिभाषा पुराने दिनों के लिए उपयुक्त थी जब ग्रामीण क्षेत्रों की अर्थव्यवस्था को अपने उत्पाद के विपणन में कोई समस्या नहीं थी क्योंकि वह अपने उत्पाद को सीधे उपभोक्ता को नकद अथवा वस्तु विनिमय प्रणाली से बेचते थे। वर्तमान में कृषि उपज पुराने दिनों से काफी अलग है क्योंकि अंततः उपभोक्ता तक पहुँचने से पहले कई हाथों से गुजरती है। कृषि विपणन न केवल उत्पादन और खपत को प्रोत्साहित करने में बल्कि आर्थिक विकास की गति को तेज करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

सार के दशक के अंत में हरित क्रांति के बाद कि कृषि उपज में कृषि सहकारी विपणन के दौरान कठीब 8 से 10 प्रतिशत तक कृषि उत्पादन को एकत्रित किया जाता रहा है। कई महत्वपूर्ण फसलों को ही यह समितियां एकत्रित करती रही है। जिनमें मुख्यतः गन्ना, कपास, तिलहन, फल एवं सब्जियाँ आदि इसकी परिस्थिति राज्य में अलग-अलग है। महाराष्ट्र, उत्तर प्रदेश, गुजरात, पंजाब, हरियाणा, कर्नाटक और तमिलनाडु में भारत की 80 प्रतिशत कृषि उत्पादन का विपणन इन समितियों द्वारा किया जाता रहा है पंजाब, महाराष्ट्र, उत्तर-प्रदेश, अन्ध्र प्रदेश और तमिलनाडु में खाद्यान्न का 75 प्रतिशत व्यापार इन समितियों द्वारा किया जाता है। इस तरह महाराष्ट्र और उत्तर प्रदेश का 75 प्रतिशत गन्ना, महाराष्ट्र और गुजरात का 75 प्रतिशत कपास का विपणन इन समितियों द्वारा किया जाता है। भारत में प्राथमिक विपणन सहकारी समितियाँ लगभग 6000 हैं वर्षी 160 केब्रियो सहकारी समितियाँ जिला स्तर पर हैं जो कि अधिकतर आस पास की मंडी से सम्पर्क में हैं। सम्पूर्ण देश में कृषि सुधार में कृषि विपणन भी सुधार की प्रक्रिया में है इसके बाबूद भी किसानों को बाजार में कुछ प्रमुख समस्याओं का सामना करना पड़ा है।

आधारभूत ढाँचे की कमी तथा मंडियों में भ्रष्टाचार का बोलबाला: किसानों को अपनी फसल की सही कीमत मिलने के लिए जरूरी होता है कि वह अपनी फसल को सही कीमत पर बेचने के लिए उत्पादक संगठित हों क्योंकि एक तरफ मंडियों गाँवों से दूर है जहाँ भंडारण की व्यवस्था नहीं है इसलिए उनको पर्याप्त कीमत नहीं मिल पाती है। इसके अलावा बिचौलिये या दलाल उनसे अधिक अंश लेते हैं। इसके अलावा निम्न स्तर उत्पादन का हवाला देकर कुछ कटौतियों की जाती है जो कि गैर कानूनी है। बाजार की मॉर्ग के अनुरूप उत्पादन न होना: किसानों को बाजार की मॉर्ग एवं उसके स्वरूप की जागरूकता न होने के कारण भी काफी नुकसान उगाना पड़ता है। बाजार की मॉर्ग से अधिक उत्पादन होने के फलस्वरूप भी मूल्यों में गिरावट होने के कारण किसानों को अपनी फसलों को नष्ट करना पड़ता है।

डीजिटल मार्केटिंग के विकल्पों की जानकारी का अभाव: वर्तमान में विपणन के डीजिटल आन लाइन विकल्प मौजूद हैं जिनकी जानकारी न होने के कारण किसान उपलब्ध विकल्पों का फायदा नहीं उठा पा रहे हैं।

जबरदस्ती विपणन: गरीबी और ऋणग्रस्तता किसानों की फसल को रोकने की क्षमता कम कर देती है। किसानों के लिए आवश्यक हो जाता है कि वह अपनी फसल को औने पौने दाम पर बिचौलियों एवं पूंजीपतियों को बेचकर अपना कर्ज चुका सकें।

अनुबन्ध खेती की जागरूकता एवं प्रचलन का अभाव: परम्परागत खेती के प्रचलन के अलावा

किसानों को नये स्वरूप एवं सुधार की आवश्यकता दशकों से महसूस की जाती रहा है लेकिन ऐसे विकल्पों पर ज्यादा कार्य नहीं किया गया।

भंडारण की समस्या: भारत में अभी भंडारण की उचित व्यवस्था नहीं है जिससे किसान अपने उत्पाद को कुछ समय के लिए रोक सके। इसके अलावा कृषि उपज भंडार गृहों में नष्ट हो जाती है। जिससे किसानों को काफी नुकसान उगाना पड़ता है इससे किसानों को बाजार से अपनी फसलों की उचित कीमत नहीं मिल पाती है।

यातायात की समस्या: भारत में अभी तक कई हजार गाँव सडक से नहीं जुड़े हैं अथवा गाँवों का मुख्य सड़कों से सम्पर्क नहीं है। इससे उनके लिए उत्पादों को बाजार तक पहुँचाना मुश्किल होता है।

वायदा बाजार की अनियमितता: कुल कृषि विपणन में वायदा बाजार का आंशिक अंश है इसलिए जरूरी है कि कृषक समुदाय को इसके बाए में समुचित जानकारी दी जाय।

बड़े स्तर पर कृषि प्रसंस्करण की कमी: अल्प काल में खराब होने वाली फसलों के लिए भारत में फसल उत्पादन का प्रसंस्करण का प्रतिशत बहुत कम है। अधिकतर फसल उत्पादकों द्वारा कच्चा माल बेचा जाता है जिससे उन्हें कम कीमत प्राप्त होती हैं।

फसल उत्पादन में आर्थिक विश्लेषण का अभाव: अक्सर किसान फसलों को उगाने से पहले आर्थिक विश्लेषण नहीं करता। कई बार लागत मूल्य विकी से अधिक हो जाता है परन्तु किसानों को घाटे का पता नहीं चल पाता फलस्वरूप वह धीरे-धीरे खेती से विमुख हो जाता है।

आगे वाला समय किसानों के लिए चुनौती भरा है। किसानों को अपनी फसलों का उचित मूल्य प्राप्त करने के लिए बाजार के खेल को समझना होगा। साथ ही ऐसे अवसरों जैसे डीजीटल मार्केटिंग आदि को पकड़ना होगा जो बाजार में मजबूत विकल्प बन कर किसानों को बाजार में अपना पक्ष मजबूत करने का काम कर सके। बाजार में अपना सिक्का जमाने के लिए किसानों को अभेद्य बाजार दण्डीति अपनानी होगी जिससे व्यापारियों को किसानों को मजबूत पक्कार अथवा निगोशियेटर मानना पड़े। आगे के अध्यायों में हम विस्तृत रूप से उन संभावित कदमों की बात करेंगे जिनको अपनाकर किसान बाजार में अपना प्रभाव कायम कर सके।

## पहला कदम : प्रभावी बाजार लिंकेज के लिए संगठित खेती

किसानों को अपनी उपज का यथोचित मूल्य प्राप्त करने के लिए वर्तमान समय में बाजार की एक स्पष्ट रणनीति बनाने की आवश्यकता होती है। जिससे निम्न लक्ष्य प्राप्त किये जा सकें :

- » अनिम उपभोक्ता को उसकी मॉग के अनुरूप/गुणवत्ता के उत्पाद मिल सके।
- » तय समय पर उत्पाद बाजार में उपलब्ध हो सके।
- » उत्पादों की साप्लाईचेन उत्पादकों के नियंत्रण में हो।
- » फसलों में निवेश मूल्य कम से कम हो अथवा आर्थिक विश्लेषण के अनुरूप हो।
- » बाजार में किसान उचित मूल्य पर सौदा करने (निगोसिएशन) की मजबूत स्थिति में हो अर्थात् अधिक विकल्पों के साथ खड़ा हो।
- » गुणवत्तापरक उत्पाद के साथ बाजार में खास बांड के रूप में पहचान बनाता हो।

किसानों को बाजार में अपना दबदबा बनाने अथवा अपनी बात मनवाने के लिए संगठित खेती को अपनाना आवश्यक है। किसानों को हर स्तर पर संगठित होकर मजबूत संगठन बनाना आज की परिस्थितियों में आवश्यक हो गया है। मजबूत संगठन के बल पर बाजार में उपस्थित सभी हित गांग्रियों अथवा स्टेक होल्डर्स के मध्य अपनी स्थिति मजबूत की जा सकती है। साथ ही स्थानीय प्रशासन की नजरों में भी अपनी उपस्थिति दर्ज की जा सकती है। संगठन के बल पर निवेशकर्ता संस्थानों एवं व्यक्तियों के साथ अपनी सामूहिक उपस्थिति के जरिए विभिन्न निवेशों की गुणवत्ता एवं कीमत पर नियंत्रण किया जा सकता है। साथ ही उच्च गुणवत्ता के निवेश (बीज, खाद, दवॉइयॉ, पैकेजिंग मैट्रिसियल आदि) को भी पाया जा सकता है। संगठित खेती के जरिए निम्न लाभ भी अर्जित किये जा सकते हैं।

किसानों के संगठन के लाभ :

- » संगठन सामूहिक मोलभाव करती है। किसी एक किसान के पास मोलभाव की कम क्षमता होती है तथा उसे कृषि उत्पाद से अच्छी कीमत नहीं मिल पाती लेकिन संगठन इस प्रणाली द्वारा बाजार से अच्छी कीमत प्राप्त करते हैं।
- » संगठन किसानों को आकस्मिक वित्त उपलब्ध कराने में मदद करती है। जिससे वह बाजार से

तुलनात्मक कीमत प्राप्त करने के लिए अपनी फसल को अपने पास रख सके।

- » यह संगठन भण्डारण की व्यवस्था किसानों को उपलब्ध कराने में मदद करता है। जिससे किसानों की क्षति को कम से कम किया जा सके।
- » यह संगठन किसानों को अधिक एवं उच्च गुणवत्ता का उत्पादन करने के लिए प्रेरित करती है।
- » संगठन दलालों को समाप्त करती है साथ ही किसानों को अधिकतम कीमत दिलाने की कोशिश करती है।
- » संगठन एक दबाव समूह के रूप में काम करता है जिससे किसानों की आवाज नीति स्तर तक पहुँचाने में मदद मिलती है।

मजबूत एवं सक्रिय संगठन को खड़ा करने के लिए निम्न चरण अपनाएं :

एक : कल्याणी/गॉव स्तर पर वातावरण निर्माण करें :

अधिकतर सुगमकर्ता संस्थाएं एवं एजेंसियाँ किसानों के मध्य जाकर सीधे संगठन बनाने की प्रक्रिया

प्रारम्भ कर देते हैं। फलस्वरूप किसान संगठन की आवश्यकता एवं प्रक्रिया को नहीं समझ पाते। ऐसे संगठन जल्दबाजी में तैयार तो हो जाते हैं लेकिन आगे जाकर सक्रिय भागीदारी एवं प्रभावी नेतृत्व के अभाव में निष्क्रिय हो जाते हैं। ऐसे संगठन बिना सौच अथवा विजन (लक्ष्य) के काम करते हैं और सदस्यों को जल्दी सेवायें देने में अधिकांशतः असफल रहते हैं। ऐसे समूह एवं संगठन जमीनी स्तर पर अधिकतर दिखाई देते हैं। मजबूत संगठन खड़ा करने के लिए निम्न कदम उठायें :

गॉव स्तर पर किसानों के मुददों पर चर्चा करना :

गॉव स्तर पर पूर्व नियोजित बैठकें आयोजित करें। इन बैठकों में निम्न मुददों पर खुली चर्चा करें।

- » उत्पादित की जा रही मुख्य फसलें एवं उनकी बाजार में मॉग की स्थिति।
- » वर्तमान में उत्पादों की आपूर्ति शृंखला अथवा साप्लाई चेन की स्थिति एवं चुनौतियाँ।
- » बाजार में आगे वाली मुख्य बाधाएं एवं समस्यायें।
- » प्राथमिकताओं का चिन्हीकरण।
- » समस्यावार संभावित समाधानों की सूची निर्धारण करें।
- » समाधानों पर एक दाय के लिए चर्चा को आगे बढ़ायें।
- » लिखित में जिम्मेदारियों एवं मुख्य तय कार्यों का प्रस्ताव तैयार करवायें।

प्रेरक संगठनों की केस स्टडी प्रस्तुत करें

ग्राम स्तर पर आयोजित बैठकों में किसान संगठनों की केस स्टडी प्रस्तुत कर चर्चा करें। केस स्टडी को दीक्ष बनानें के लिए वीडियों या लाइव इन्टरव्यू का उपयोग भी कर सकते हैं। इसके पश्चात कुछ प्रश्न किसानों के सम्मुख रखें जैसे :

- » केस स्टडी से क्या सीख मिलती है?
- » क्या हम भी ऐसा प्रयास कर अपनी समस्याओं को सुलझा सकते हैं?
- » हमारे अगले कदम क्यों हों?
- » मुख्य कदमों को विनियोग कर सहमति बनायें।

**नेतृत्व क्षमता वाले किसानों की गाँव स्तर पर पहचान करें :**

इसी दौरान गाँव में ऐसे प्रगतिशील एवं नेतृत्व प्रदान करने वाले किसानों की सूची भी तैयार कर लें जो आगे जाकर संगठन में अगुवा अथवा नेतृत्वकर्ता की भूमिका निभा सकें। ऐसे किसान आगे की प्रक्रिया में प्रभावशाली भूमिका निभाते हैं। जब किसान संगठन का गठन हो उस समय ऐसे किसानों को आगे आने के लिए प्रेरित करें।

**समूह अथवा संगठन बनाने के लिए अपने मुँह से कभी न बोलें:**

किसानों में संगठन स्तर पर स्वामित्व का बोध तभी होता है जबवह संगठन बनाने का निर्णय स्वयं लेते हैं। किसी भी प्रकार का थोपा हुआ विचार आगे चलकर स्थायित्व नहीं ले पाता। ऐसा वातावरण बने कि किसान स्वयं संगठन बनाने का निर्णय गहन चर्चा के पश्चात् स्वयं ले। जलदबाजी में लिया गया निर्णय कमजोर संगठन की ओर ले जाता है। ध्यान रहे कि यह चर्चा पूर्ण हो गई हो कि

- » हमारी खेती एवं विपणन से जुड़ी मुख्य समस्यायें क्या हैं।
- » हमें संगठन की आवश्यकता क्यों है।
- » हम संगठन के माध्यम से क्या मुख्य कार्य करेंगे।
- » किसानों को संगठन के माध्यम से किसानों को सीधे क्या लाभ होंगे।
- » हमारे साथ कितने गाँव जुड़ेंगे।
- » मजबूत संगठन के मुख्य लक्षण क्या होते हैं।
- » संगठन कमजोर क्यों होते हैं।

**ऐसे गाँव के प्रस्ताव आमंत्रित करें जो समूह अथवा संगठन बनाने के लिए तैयार हों।**

चयनित कलस्टर के गाँवों से जहाँ बैठके आयोजित की गई हैं वहाँ के किसानों से सम्पर्क बनाये रखें। अधिकतर गाँवों से संगठन बनाने के लिए प्रतिक्रिया अथवा स्वीकृति को एकत्र करें। जहाँ से किसान स्वतः कृष्णक समूह थंडमत पद्धतिमेज लतवनच बनाने को तैयार हों वहाँ से प्रस्ताव तैयार करवायें। प्रस्ताव का एक फार्मेट तैयार करें। गाँव में बैठक आयोजित कर प्रस्ताव पर सभी की सहमति लें। इस बात का खास ध्यान रखें कि कोई भी सदस्य किसी और मंतव्य से सदस्यता न ले। कई लोग राजनीतिक महत्वाकांक्षा के लिए जुड़ने का अवसर तलाशते हैं। इसलिए ध्यान रहे कि :

- » वही सदस्य बने जो गाँव में रहकर खेती कर आय अर्जित कर रहा हो।
- » जिसके पास अपनी खेती योग्य भूमि हो अथवा पट्टे पर ली हो।

- » प्राथमिक आय अर्जित का साधन खेती हो।
- » जैविक खेती करने का पक्षधर हो।

**तैयार किसानों का किसान समूह गठित कर लें**

सहमति देने वाले किसानों की बैठक बुलाकर गाँव स्तर पर किसान समूह नियमानुसार गठित कर लें। इसके लिए एक प्रस्ताव तैयार कर सब सदस्यों के हस्ताक्षर एक रजिस्टर में लेने आवश्यक हैं। इसके पश्चात् निम्न कार्य भी पूर्ण कर लें।

- » समूह के संचालन के लिए एक नियमावली तैयार कर लें।
- » नियमावली सबके सम्मुख पढ़ कर हस्ताक्षर लेने आवश्यक है।
- » किसान समूह का बैंक में खाता खुलवा लें।
- » किसान समूह में मासिक बचत प्रारम्भ कर लें तो उचित होगा इससे अन्य योजनाओं का लाभ भी भविश्य में प्राप्त किया जा सकता है।

सभी गठित एवं प्रस्तावित समूहों की कलस्टर स्तर पर बैठक आयोजित करें। कलस्टर स्तर पर संगठन बनाने के लिए चयनित लीड किसानों की एक सामूहिक बैठक आयोजित करें। इस बैठक का मुख्य उद्देश्य कलस्टर अथवा क्षेत्रीय स्तर पर किसान संगठन बनाने की सहमति तैयार करना तय करें। इस बैठक में निम्न मुद्रों पर गहन चर्चा करें।

- » क्या हम सब मिलकर एक किसान संगठन खड़ा कर सकते हैं, इस पर खुलकर चर्चा करें।
- » कार्य क्षेत्र पर चर्चा करें जिससे संगठन का कार्यक्षेत्र तय किया जा सके।
- » संगठन के स्वरूप एवं ढाँचे पर चर्चा करें।
- » संगठन का ढाँचा सरल एवं उत्तरदायी होना चाहिए।
- » स्वाभाविक नेतृत्व को आगे आने के लिए प्रेरित करें।
- » तात्कालिक अथवा एडोक कलस्टर स्तर की कार्यकारिणी गठित किये जाने हेतु चर्चा करें। सहमति बनाने पर एक उच्च कामचलाऊ कार्यकारिणी गठित कर लें इससे संगठन को गतिमान बनाने में मदद मिलेगी।
- » उत्पादक संगठन के नाम पर चर्चा कर लें।
- » नियमावली को तैयार करने की जिम्मेदारी पर चर्चा कर ली जानी चाहिए।
- » चयनित पदाधिकारियों को आगे की कार्यवाही के लिए कार्यों पर चर्चा कर लें।
- » संगठन के पंजीकरण के लिए कानूनी जानकारी विषेशज्ञों की मदद पर भी चर्चा करें।

**किसान उत्पादक संगठन का पंजीकरण करवा लें**

किसान उत्पादक संगठनों का पंजीकरण कर संगठन को वैद्यानिक स्वरूप दिया जाना आवश्यक है। इससे किसानों को निम्न लाभ प्राप्त हो सकते हैं।

- » व्यवसायिक गतिविधियों को संचालित करने में आसानी होती है।



- » विभिन्न सरकारी एवं गैर सरकारी योजनाओं का लाभ प्राप्त किया जा सकता है।
- » रितीय संस्थाओं एवं बैंकों की योजनाओं का लाभ लिया जा सकता है।
- » विभिन्न व्यापारिक एवं व्यवसायिक लाइसेंस प्राप्त किये जा सकते हैं।
- » विभिन्न प्रकार के अनुबन्ध किये जा सकते हैं।
- » विभिन्न संसाधनों को जुटाने में मदद मिल सकता है।
- » कार्यदारी संस्था के रूप में भी कार्य करने का अवसर मिल सकता है।
- » सदस्यों के लिए माइक्रो फाइनेंस में भी प्रभावी भूमिका निभाई जा सकती है।
- » उद्यम स्थापित करने में आसानी होती है।
- » दवाब समूह के रूप में काम किया जा सकता है।

स्वरूप	सोसाइटी एक्ट	सहकारिता एक्ट	स्वायत सहकारिता	प्रोडयूसर कम्पनी
विषेषताएं	1860 सोसाइटी एक्ट में पंजीकृत स्वायतशासी	व्यवसायिक गतिविधियों के संचालन में कारगर।	स्वायत्त होने के कारण व्यवसाय में नये कदम उठाने में सक्षम।	कम्पनी एक्ट के अंतर्गत पंजीकृत।
	संगठनात्मक स्वरूप के लिए प्रभावी है।	राज्य स्तरीय व्यापार में उपयोगी।	सरकारी हस्तक्षेप का न होना।	शेयर/ अंश धन की आवश्यकता।
	दवाब समूह के लिए कारगर	सरकारी हस्तक्षेप के कारण प्रभावशीलता कम होना।	राज्य स्तरीय व्यापार के लिए प्रभावशाली	व्यापार के लिए सुविधाजनक।
	व्यवसायिक लाभ अर्जन वाली गतिविधियों को दोकती है।			दस्तावेजीकरण का भार।
				नियर्त करने में भी सक्षम।

संगठन अपनी स्वेच्छा से उपयोक्त के अनुसार संगठन को पंजीकृत कर सकते हैं। इसके लिए हर जनपद में सहकारिता निबन्धक कार्यालय से दिशा निर्देश लिये जा सकते हैं। प्रोडयूसर कम्पनी में पंजीकृत करने के लिए किसी चार्टड एकाउन्टेन्ट की मदद ली जा सकती है। सोसाइटी में पंजीकरण के लिए क्षेत्र के सोसाइटी निबन्धक कार्यालय से मदद ली जा सकती है।

अपनी भूमिका में वही संगठन कारगर होते हैं। जिनमे निम्न क्षमतायें एवं विशेषतायें विद्यमान होते हैं। प्रभावशाली संगठन बनने के लिए निम्न क्षमताओं को विकसित करने की योजना बनाकर अमल में लायें।

- » स्पष्ट विजन अथवा सोच वाले संगठन।
- » कारगर एवं स्पष्ट नियमावली कैसे बनायें।
- » विभिन्न संगठन स्तर की बैठकों का प्रभावी प्रबन्धन कैसे करें।
- » प्रभावी आन्तरिक संचाद प्रबन्धन कैसे संचालित करें।
- » प्रभावी आन्तरिक प्रबन्धन कैसे करें।
- » संगठन को प्रभावी नेतृत्व कैसे दें।
- » पारदर्शी तंत्र प्रबन्धन कौशल।
- » संगठन में सदस्यों की सक्रिय भागेदारी कैसे बढ़ायें।
- » जवाबदेह लेखा प्रबन्धन कैसे विकसित करें।
- » वैद्यानिक दस्तावेजीकरण का सामर्थ्यक प्रबन्धन
- » विवाद निवारण प्रबन्धन कैसे संचालित करें।  
किसान कैसे सीखते हैं यह
- » निगोसिएशन/ वार्ता प्रबन्धन कौषल कैसे बढ़ायें।
- » डिजिटल दस्तावेजीकरण कैसे उपयोग करें।



# दूसरा कदम : बाजार की मॉग के आधार पर उत्पादन योजना विकसित करें

**अधिकांशत:** किसान अपने सुविधा के हिसाब से फसल एवं उत्पादन का निर्णय करते हैं। इस प्रकार किये गये उत्पादन का बाजार की मॉग से कोई भी तालमेल नहीं होता है। जिससे कई बार बाजार में मॉग न होने के कारण उत्पादों के अपेक्षित मूल्य नहीं मिल पाते साथ ही अबियोजित उत्पादन के कारण कई बार बाजार मैं मॉग से अधिक आपूर्ति बढ़ जाती है फलस्वरूप मूल्यों में गिरावट आ जाती है। किसान संगठनों को ऐसी परिस्थितियों से बचने के लिए बैकवर्ड एवं फारवर्ड लिंकेज के अनुरूप ही अपने सदस्यों के साथ उत्पादन योजना बनानी चाहिए। बाजार में मॉग का स्वरूप जानने के लिए हर स्तर पर कृशि विपणन मंडियों एवं बाजार का सर्वेक्षण किया जाना चाहिए। इन सर्वेक्षणों को निम्न विन्दुओं को ध्यान में रखते हुए किया जाना चाहिए।

- » वर्षभार स्थानीय फसलों की आपूर्ति का विवरण
  - » फसलवार उच्च मॉग वाले माह
  - » गत वर्ष के मूल्य का विवरण माहवार
  - » फसलवार उच्च मॉग वाली प्रजातियाँ
  - » फसलों की गुणवत्ता के मानक
  - » पैकेजिंग का स्वरूप
  - » भुगतान का तरीका
  - » फसलवार प्रतिशिरत आडती एवं व्यापारी
  - » टैक्स वसूली का विवरण
  - » आपूर्ति की संभावना
  - » फसलवार आपूर्ति का नियोजन चार्ट
- उदाहरण के लिए एक संगठन द्वारा अपनाये गये सर्वेक्षण प्रपत्र का विवरण निम्न प्रकार से दें रहे हैं।

फल एवं सब्जी उत्पादक एसोसिएशन द्वारा अपनाया गया बाजार सर्वेक्षण का फार्मेट

मण्डी /बाजार का नाम :

मर्चेन्ट/आडती का नाम :

फसल का नाम :

जनपद:

राज्य :

सर्वेक्षण कर्ता का नाम :

माह	जनवरी	फरवरी	मार्च	अप्रैल	ई	जून	जुलाई	अगस्त	सितम्बर	अक्टूबर	नवम्बर	दिसम्बर
मूल्य रु में/ किलो												
पैकेजिंग का प्रकार												
मुख्य व्यापारी												
फोन न.												
मॉग का विवरण टन में												
परिवहन की सुविधा												
आवक का खोत												

उपरोक्त सर्वेक्षण स्थानीय, राज्य एवं राष्ट्रीय स्तरीय मणिडयों एवं बाजार में आयोजित किये जा सकते हैं। ऐसे सर्वेक्षणों से यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि-

- » सबसे अधिक फसल का ऐट किस माह में है।
- » क्या हम सबसे अधिक ऐट वाले माह में अपनी जलवायु के अनुरूप आपूर्ति कर सकते हैं।
- » किन माहों में हम आपूर्ति कर सकते हैं।
- » हमारे प्रतिद्वन्दी कौन से हैं जहाँ से हमारी फसल के समय बाजार में आपूर्ति होती है।
- » मॉग के हिसाब से क्या हम आपूर्ति करने की दिश्ति में हैं।
- » बाजार में गुणवत्ता के क्या मानक प्रचलित हैं।
- » किस गुणवत्ता को उपभोक्ता ज्यादा पसङ्द कर रहे हैं।
- » किस पैकिंग की बाजार में ज्यादा मॉग है।

अपने संगठन एवं समूह के लिए लक्ष्य बनायें :

उपरोक्त के आंकलन के पश्चात संगठन एवं समूह के लिए एक उत्पादन एवं व्यवसायिक (बिजनेस) योजना तैयार करें। समूहों के पास उपलब्ध भूमि के हिसाब से पहले समूह की योजना तैयार करनी चाहिए। सभी समूहों की योजना को जोड़कर संगठन की व्यवसायिक एवं उत्पादन योजना तैयार करनी चाहिए।

#### किसान उत्पादक संगठन की वार्षिक व्यवसायिक योजना

योजना वर्ष ..... किसान संगठन का नाम ..... गाँव का नाम ..... जनपद का नाम .....  
उत्पादक सदस्यों की संख्या .....

कुल सदस्य	पुरुष	महिला

व्यवसायिक खेती हेतु उपलब्ध भूमि :

वर्ष	रबी हेतु उपलब्ध भूमि एकड में	खरीफ हेतु उपलब्ध भूमि एकड में



ਖੇਡ ਹੈਤੁ ਪ੍ਰਦਾਵਿਤ ਫਸਲੇ

रबी हेतु प्रस्तावित फसलें

## जायद हेतु प्रस्तावित फसलें :

### रबी हेतु लागत रूपये में

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु. में	कुल लागत	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु. में	समूह का योगदान रूपये में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

### खरीफ हेतु लागत :

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु. में	कुल लागत	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु. में	समूह का योगदान रूपये में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

### जायद हेतु लागत :

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु. में	कुल लागत	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु. में	समूह का योगदान रूपये में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

अन्य लागत रु० में

फसल	कुल क्षेत्रफल (एकड़ में)	दर्वाझ	लागत रु. में	खाद एवं उर्वरक	लागत रु. में	प्रशिक्षण	लागत रु. में	बाजार व्यवस्था में	लागत रु. में	कुल लागत रु. में
रबी										
खट्टीफ										
जायद										

अन्य लागत रु. में

फसल	बीज की लागत	अन्य लागत रु. में	कुल लागत रु. में
रबी			
खट्टीफ			
जायद			
कुल			

व्यवसायिक फसलों का उत्पादन/लागत एवं टर्नओवर रु. में

फसल	कुल लागत रुपये में	कुल टर्नओवर रुपये में	लाभ प्राप्ति रु. में
रबी			
खट्टीफ			
जायद			
कुल			

### संभावित सहयोगी संस्थान :

क्र०सं०	संस्थान का नाम	सहयोग की प्रकृति	आवश्यकता का समय

### संभावित सहयोगी संसाधन व्यक्ति

क्र.सं.	संस्थान का नाम	सहयोग की प्रकृति	आवश्यकता का समय

फेडरेशन की व्यवसायिक कार्य योजना के आधार पर जुड़े कृषक समूह की व्यवसायिक योजना तैयार करें।

प्रात्येक एफ.आई.जी. के पास उपलब्ध भूमि के हिसाब से उत्पादन लक्ष्य आवंटित करें। यह लक्ष्य समूह को स्वीकार्य होना चाहिए। साथ ही संगठन के पास सिंचाई एवं अन्य सुविधाओं की उपलब्धता को भी ध्यान में रखा जाना चाहिए।

»

**किसान समूह की वार्षिक व्यवसायिक योजना**

योजना वर्ष ..... समूह का नाम ..... गाँव का नाम ..... पंचायत का नाम .....  
सदस्यों की संख्या .....

कुल सदस्य	पुरुष	महिला

व्यवसायिक खेती हेतु उपलब्ध भूमि :

उत्पादन वर्ष	रबी हेतु उपलब्ध भूमि एकड़ में	खरीफ हेतु उपलब्ध भूमि एकड़ में

खरीफ हेतु प्रक्षतावित फसलें

फसल का नाम	कुल उपलब्ध भूमि एकड़ में	बिजनेस में शामिल सदस्य			कुल बीज की आवश्यकता	प्रति एकड़ उत्पादन टन में	कुल उत्पादन टन में	प्रति टन संभावित विक्री रु. में	संभावित टर्ण ओवर रु. में
		महिला	पुरुष	कुल सदस्य					

खरीफ हेतु प्रक्षतावित फसलें

फसल का नाम	कुल उपलब्ध भूमि एकड़ में	विजनेस में शामिल सदस्य			कुल बीज की आवश्यकता	प्रति एकड़ उत्पादन टन में	कुल उत्पादन टन में	प्रति टन संभावित विक्री रु. में	संभावित टर्ण ओवर रु. में
		महिला	पुरुष	कुल सदस्य					

### जायद हेतु प्रस्तावित फसलें :

फसल का नाम	कुल उपलब्ध भूमि एकड़ में	बिजनेस में शामिल सदस्य			कुल बीज की आवश्यकता	प्रति एकड़ उत्पादन टन में	कुल उत्पादन टन में	प्रति टन संभावित विक्री रु में	संभावित टर्न ओवर रु. में
		महिला	पुरुष	कुल सदस्य					

### खरीफ हेतु लागत

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु0में	कुल लागत	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु0 में	समूह का योगदान रूपये में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

### रबी हेतु लागत

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु में	कुल लागत रु में	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु में	समूह का योगदान रु. में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

### जायद हेतु लागत रु. में

फसल का नाम	बीज की मात्रा एवं प्रजाति	यूनिट दर रु. में	कुल लागत	सहयोग करने वाली संस्था का योगदान रु. में	समूह का योगदान रूपये में	बीज उपलब्धता का माह एवं तिथि

### जायद हेतु लागत रु. में

फसल	कुल क्षेत्रफल	दवाई	लागत रु. में	खाद एवं उर्वरक	लागत रु. में	प्रशिक्षण	लागत रु. में	बाजार व्यवस्था	लागत	कुल लागत रु. में
रबी										
खट्टीफ										
जायद										

### कुल लागत रूपये में :

फसल	बीज की लागत	अन्य लागत रु.	कुल लागत रु. में
रबी			
खट्टीफ			
जायद			
कुल			

### व्यवसायिक फसलों का उत्पादन/लागत एवं टर्नओवर

फसल	कुल लागत रूपये में	कुल टर्नओवर रूपये में	लाभ प्राप्ति	कुल लागत रु. में
रबी				
खट्टीफ				
जायद				
कुल योग				

### संभावित सहयोगी संस्थान

क्रमांक	संस्थान का नाम	सहयोग की प्रकृति	आवधकता का समय	कुल लागत रु. में

### संभावित सहयोगी व्यक्ति

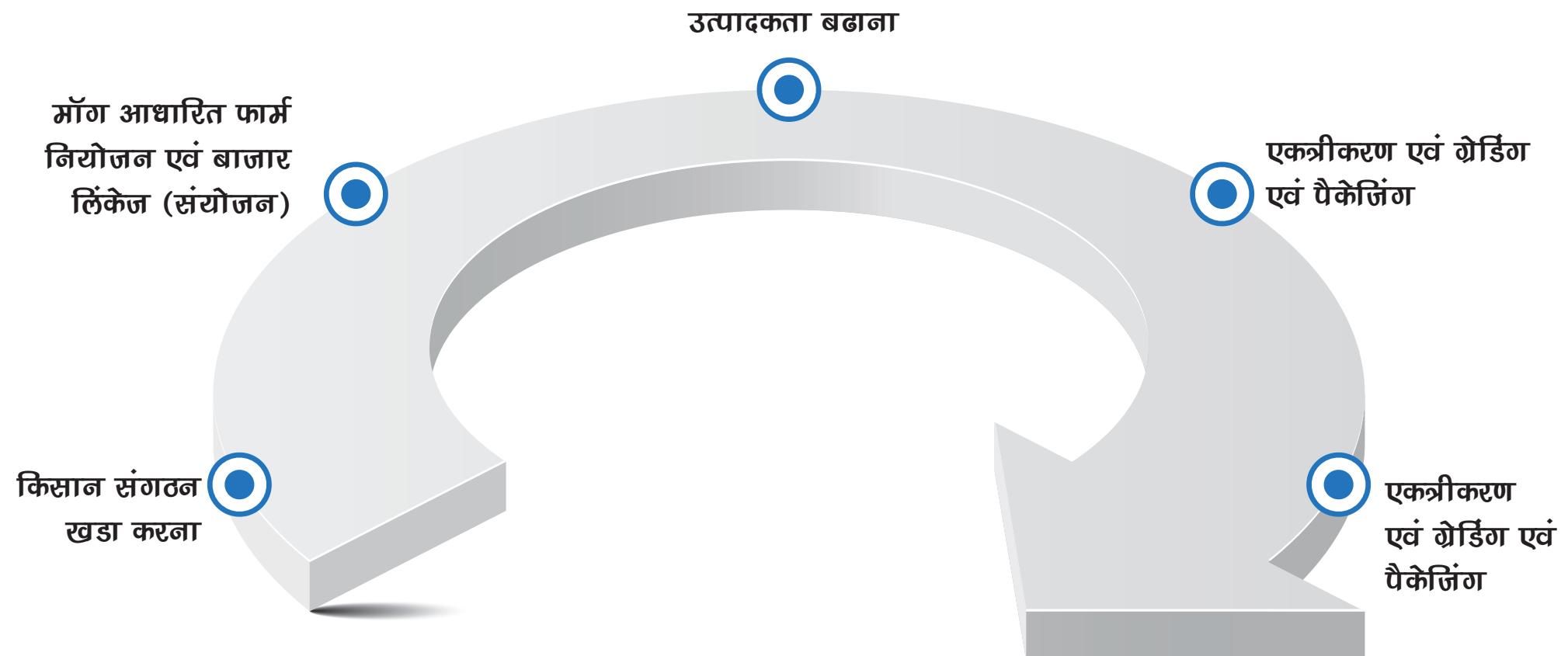
क्रमांक	संसाधन व्यक्ति का नाम	सहयोग की प्रकृति	आवधकता का समय	कुल लागत रु. में

### व्यवसायिक योजना का परीक्षण विशेषज्ञों से करवायें :

एक बार व्यवसायिक योजना तैयार होने के पश्चात विशेषज्ञों से अवधा परामर्श करना आवश्यक होता है। यदि किसी प्रकार की त्रुटि इह जाती है तो दूर करना जल्दी है। इसके अन्तर्गत निम्न प्रकार के विशेषज्ञ की सलाह उपयोगी होती है।

- » मण्डी परिषद के सचिव
- » विपणन के जानकार ऐसे विशेषज्ञ विश्वविद्यालय एवं कृषि विज्ञान केन्द्रों में उपलब्ध होते हैं।
- » चार्टेड एकाउन्टेन्ट
- » विभागीय विशेषज्ञ
- » मदर डेटी के विशेषज्ञ

## कृषक संगठनों के सशक्तिकरण कदम



## तीसरा कदम : ऐखा विभागों एवं सहयोगी संस्थानों से जुड़ाव का प्रयास करें

व्यवसायिक एवं उत्पादन योजना तैयार होने के पश्चात योजना को जमीन में उतारने के लिए ऐखा विभागों एवं संस्थानों की सेवाओं का लाभ लेने के लिए खाका तैयार करें। यह निम्न प्रकार की सेवायें प्रदान करते हैं।

- » ज्ञान एवं जानकारी का प्रसार : ऐखा विभागों द्वारा समय समय पर स्थानीय मौसम के अनुरूप विभिन्न फसलों के लिए उपयोगी साहित्य एवं डाक्यूमेन्टरी तैयार की जाती है। इन उपलब्ध संसाधनों का उपयोग बहुत लाभकारी होता है। इनके उपयोग से हमें फसलों के उत्पादन तकनीकी की सही जानकारी प्राप्त होती है।
- » ऐसी इनपुट्स की आपूर्ति : फसलों के उत्पादन में बीज, खाद, दवाइयों की आवश्यकता होती है। ऐखा विभाग इन सभी इनपुट्स का प्रत्येक वर्ष प्रदर्शन करते हैं। इन अवसरों का लाभ लेकर उत्पादन लागत को कम किया जा सकता है।
- » क्षमता विकास कार्यक्रम : ऐखा विभागों एवं संस्थानों द्वारा विभिन्न प्रणिक्षणों एवं ऐक्षणिक भ्रमणों का आयोजन किया जाता है। ऐसे क्षमता विकास कार्यक्रम का लाभ लेकर उत्पादन बढ़ाने में मदद मिल सकती है।
- » ढॉचागत विकास जैसे कलेक्षण सेन्टर का निर्माण, गोपवे निर्माण : विभिन्न विभाग ढॉचागत विकास के लिए समय समय पर मदद करते हैं। ऐसे योजनाओं का लाभ लेकर कलेक्षण स्तर पर सेवाओं को सुधारा जा सकता है।
- » तकनीकी हस्तान्तरण : विभिन्न तकनीकी जैसे डिप सिंचाई, लिफट सिंचाई, ग्रेडिंग आदि तकनीकी का प्रदर्शन समय समय पर किया जाता है।
- » वित्तीय निवेष : विभिन्न विभाग समूहों का चकीय कोष की सुविधा उपलब्ध कराते हैं। इससे समूहों को इनपुट खरीदने में मदद मिल सकती है। इसके अलावा अन्य स्कीम भी ऐसी सुविधा देते हैं। किसान क्रेडिट कार्ड जैसी योजनायें भी कारगर होती हैं।
- » कृषि एवं बागवानी विष्वविद्यालयों की सेवायें:

विभिन्न कृषि एवं बागवानी विष्वविद्यालयों के अधीन क्षेत्र में कृषि विज्ञान केन्द्र संचालित किये जाते हैं। प्रत्येक कृषि विज्ञान केन्द्र अपने क्षेत्र के अन्तर्गत नई प्रजातियों एवं तकनीकों का प्रदर्शन करता है। इसके अलावा वर्षभर क्षमता विकास कार्यक्रमों का आयोजन करता है। इन केन्द्रों के माध्यम से हेल्प लाइन सेवा भी संचालित की जाती है। ऐसे केन्द्रों से जुड़ाव काफी लाभकारी सिद्ध हो सकता है।

अपनी आवश्यकता के लिए ऐखा विभागों से जुड़ाव के मुददों का चार्ट तैयार करें:

विभाग	सेवाये						
	पठन सामग्री के मुददे	बीज/खाद/दवाई	प्रणिक्षण	प्रदर्शन	वित	पैकेजिंग	ढॉचागत विकास
कृषि							
बागवानी							
ग्राम विकास							
पषुपालन							
बैंक							
सहकारिता							

किसानों के लिए प्रमुख राष्ट्रीय योजनाएं :

- » किसानों को कम अवधि के लिए आसानी से ऋण उपलब्ध करवाने के लिए
- » किसान क्रेडिट कार्ड योजना
- » किसानों को प्रमाणित बीज या अच्छे किस्मों के बीज सही दामों पर उपलब्ध करवाने की योजना।
- » आधुनिक खेती के प्रति जागरूकता एवं किसानों तक पहुँचाने के लिए चल रही योजनायें।
- » किसानों के लिए प्रसार एवं प्रणिक्षण योजना।
- » फसलों के सही दाम सुनिष्ठित करने के लिए चल रही योजनायें।
- » विभिन्न खेती किसानी में उपयोग होने वाले कृषि यंत्रों के लिए योजना।
- » फसल बेचने के लिए किसानों को बाजार उपलब्ध करवाने के लिए चल रही योजना।
- » पषुपालन एवं दुर्घट उत्पादन को बढ़ावा देने के लिए योजना।
- » डेयरी उद्यमिता विकास योजना।
- » प्रधानमंत्री फसल बीमा योजना।
- » परम्परागत कृषि विकास योजना।
- » पषुधन बीमा योजना।
- » पौध संरक्षण योजना।

- » प्रधानमंत्री कृषि सिंचाई योजना एवं अब्द्य सिंचाई योजना।
- » राष्ट्रीय बागवानी मिशन
- » मृदा स्वास्थ्य कार्ड, भूग्रि संरक्षण एवं सूक्ष्म पोषक तत्व
- » राष्ट्रीय खाद्य सुरक्षा मिशन
- » राष्ट्रीय तिलहन एवं पाम आयल मिशन
- » सतत कृषि विकास
- » कृषि कलीनिक एवं कृकारोबार केन्द्र
- » बीत भण्डार गृह, गोदाम आदि बागवानी संबंधित अधोसंरचना के निर्माण के लिए सहायता।

ऋग्येत-किसान समाधान डॉट काम

## कदम -चार : किसान संगठन स्तर पर ज्ञान प्रसार के लिए दक्ष किसानों का काडर तैयार करना

खेती में तकनीकी ज्ञान एवं सूचनाओं का काफी महत्व होता है। उन्नत तकनीकी एवं ज्ञान के उपयोग से किसान खेती से अधिक उत्पादन एवं लाभ ले सकते हैं। बिना तकनीकी ज्ञान एवं जानकारी के व्यवसायिक खेती को अंजाम नहीं दिया जा सकता। हमारे आस पास तकनीकी ज्ञान के प्रसार के कई अवसर होते हैं। प्रायः देखा जाता है कि बाहर से ऐखा विभागों एवं अन्य संसाधन संस्थाओं से विशेषज्ञ आकर किसानों को ज्ञान प्रदान करते हैं। जिससे किसानों को बाहरी विशेषज्ञ की उपलब्धता पर हमेशा निर्भर रहना पड़ता है। जिससे कई बार बाहरी विशेषज्ञ की अनुपलब्धता के कारण किसानों को खेती में नुकसान उठाना पड़ता है। अपने संगठन स्तर पर ज्ञान को उपलब्ध कराने के लिए एक रणनीति बनाने की आवश्यकता हमेशा बनी रहती है। एक रणनीति के तहत संगठन को अपने बीच के किसानों को रुचि के अनुसार किसी खास विषय में दक्ष बनाने की आवश्यकता होती है। उदाहरण के तौर एक सभी उत्पादक एसोसिएशन ने अपने आवश्यकता के हिसाब से निम्न विषय आधारित तकनीकी प्रशिक्षित किसान तैयार किये गये।

- » सब्जियों की प्री हार्डेस्टिंग तकनीकी
- » पादप संरक्षण/प्लान्ट प्रोटेक्शन
- » फल प्रसंस्करण अथवा वैल्यू एडीशन
- » पोस्ट हार्डेस्टिंग विधियों
- » नर्सरी प्रबन्धन
- » आई०पी०एम० एवं आई०पी०एन०एम०
- » मार्केट लिंकेज एवं प्रबन्धन

तकनीकी प्रशिक्षित किसान गॉव स्तर पर ऐसा जानकार व्यक्ति है जिसके पास किसी खास विषय की जानकारी उपलब्ध है और वह किसानों को सलाह एवं किसान की आवश्यकता के अनुरूप जानकारी प्रदान कर सकता है। यह गॉव स्तर पर तकनीकी जानकारी का छोत है। स्थानीय किसान मूल्यों के आधार पर हनकी सेवाओं को ले सकता है।

संगठन ने उपरोक्त कलस्टर स्तर पर प्रत्येक विषय में चार-चार तकनीकी प्रशिक्षित किसान तैयार किये गये। इन तकनीकी प्रशिक्षित किसान को विभिन्न संस्थानों की सहायता से लगभग 60 दिन का प्रशिक्षण एवं शैक्षणिक अध्ययन भ्रमण अलग अलग समय अन्तराल में प्रदान किये गये। इनमें से प्रमुखतः निम्न संस्थान हैं।

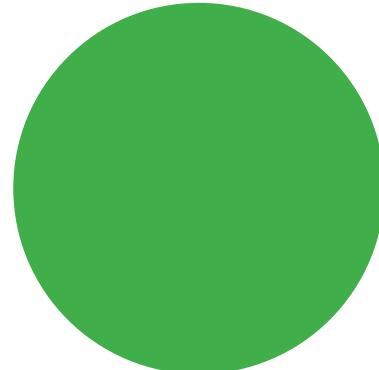
- » गू.एच.एफ नौणी हिमाचल प्रदेश
- » दीजनल रिसर्च इन्सटीट्यूट बजौरा हिमाचल प्रदेश
- » केवीके कण्डाघाट हिमाचल प्रदेश
- » केवीके रानीचौरी उत्तराखण्ड
- » मदर डेरी नई दिल्ली
- » जी.वी. पंत कृषि विद्यालय, पंतनगर
- » उद्यान एवं फल प्रसंस्करण विभाग उत्तराखण्ड
- गॉव स्तर पर तकनीकी जानकारी की उपलब्धता बढ़ाने के लिए गॉव के चयनित इच्छुक किसान को सतत प्रशिक्षण एवं जानकारी के प्रसार के माध्यम से तैयार किया गया। तकनीकी प्रशिक्षित किसान का चुनाव करते समय निम्न मुख्य विन्दुओं को ध्यान में रखा गया।
  - » चयनित विषय में रुचि हो
  - » गॉव में ही स्थाई निवास हो।
  - » स्वयं व्यवसायिक खेती करता हो।
  - » समुदाय में सम्प्रेषण अच्छा हो।
  - » समुदाय में स्वीकार्यता हो।
  - » किसान समूह द्वारा अनुमोदित हो।
  - » खेती में रुचि रखता हो।
  - » समय देने के लिए एवं तकनीकी प्रशिक्षित किसान की भूमिका निभाने के लिए तैयार हो।
 तकनीकी प्रशिक्षित किसान के माध्यम से किसानों को सेवा प्रदान करने के लिए संगठन द्वारा कई नियम बनाये गये। इसमें मुख्यतः निम्न है।
  - » किसान को सेवा के लिए संगठन को सूचना उपलब्ध करानी होगी।
  - » संगठन तकनीकी प्रशिक्षित किसान को सम्बलित किसान को सेवा देने के लिए निर्देशित करता है।
  - » किसान को सेवा के लिए निर्धारित शुल्क 100 रुपये संगठन में जमा कराना होता है।
  - » तकनीकी प्रशिक्षित किसान गॉव में जाकर समूह के लोगों के साथ चर्चा करता करता है।
  - » खेतों में जाकर समस्या का विश्लेषण करता है एवं निदान के लिए सलाह देता है।
  - » तकनीकी प्रशिक्षित किसान वापिस आकर संगठन निर्धारित प्रारूप पर जानकारी उपलब्ध कराता है।
  - » संगठन संतुष्टि के पश्चात तकनीकी प्रशिक्षित किसानों को शुल्क प्रदान करता है।

इसके माध्यम से किसानों को समय पर तकनीकी सेवायें प्रदान कर सकते हैं। उपरोक्त संगठन ने तकनीकी प्रशिक्षित किसानके माध्यम से जानकारी उपलब्ध करा कर अपने व्यापार को लगभग 100 करोड़ तक पहुँचाया। यदि तकनीकी प्रशिक्षित किसान सेवायें देने में असमर्थ होता है तो संगठन

सम्बलित तकनीकी प्रशिक्षित किसान की भूमिका की समीक्षा कर सकता है।

### तकनीकी प्रशिक्षित किसान के लिए आवेदन प्रारूप

01. संगठन का नाम:
02. कलस्टर का नाम :
03. गॉव का नाम :
04. आवेदक का नाम:
05. विषय का नाम:
06. पिता का नाम:
07. माता का नाम:
08. उम्र :
09. शिक्षा :
10. विषय :



#### धोषणा

मैं उपरोक्त विषय के लिए तकनीकी प्रशिक्षित किसान बनने के लिए स्वेच्छा से तैयार हूँ। मैं सभी नियमों एवं मानदण्डों को मानने के लए पूरी तरह से तैयार हूँ। उपरोक्त सूचनायें मेरी जानकारी के अनुसार पूरी तरह सत्य हैं।

आवेदक के हस्ताक्षर :

तिथि : / /

समूह की संस्तुति :

हमारे समूह ..... ग्राम ..... कलस्टर ..... द्वारा  
श्री/श्रीमति/कु ..... को तकनीकी प्रशिक्षित किसान के लिए अनुमोदित करती  
है।

## पॉचवा कदम : संगठन के अन्तर्गत सामुदायिक सुविधा केब्ड स्थापित करें।

जब हम व्यवसायिक खेती के लिए संगठन के माध्यम से आगे बढ़ते हैं ऐसी परिस्थिति में उत्पादकों को समय पर उच्च गुणवता के बीज, खाद, दवाइयों के अलावा पैकेजिंग मैट्रिरियल एवं आवश्यक मशीनरी उपलब्ध कराना एक मुश्किल काम होता है। बाजार के अनुरूप गुणवता बनाने के लिए एकलूपता बनाना सबसे बड़ी चुनौती बन जाता है। कई बार तकनीकी हतनी मंहगी होती है किसान उसको खरीदने में सक्षम नहीं होता है। इसके लिए संगठन के माध्यम से शुल्क आधारित तकनीकी उपलब्ध कराकर किसानों को विभिन्न मंहगी सेवायें मामूली शुल्क में सतत उपलब्ध कराई जा सकती है। इससे छोटे किसानों को काफी राहत मिल जाती है। यह सामूहिक सेवा का एक प्रभावी कदम साबित हो सकता है। यदि संगठन इनपुट्स में नियंत्रण नहीं करता है तो किसान अलग अलग गुणवता का उत्पाद तैयार करते हैं जिससे बाजार में अच्छे मूल्य नहीं मिल पाते। जिससे बाजार में संगठन के उत्पादों की साथ प्रभावित होती है। इसके अलावा जब हम बाजार से अकेले एगी इनपुट्स खरीदते हैं तो यह उत्पाद काफी मँहगे पड़ते हैं। यदि बड़ी मात्रा में संगठन उत्पादों को सीधे कम्पनी से खरीदता है तो उत्पाद सर्ते तो मिलते ही हैं साथ ही उत्पादों की गुणवता भी सुनिश्चित होती है। इसके अलावा उत्पादों की गुणवता सावित करने के लिए सम्बन्धित कम्पनी एवं फर्म भी संगठन के साथ अपनी अन्य सेवायें जैसे फील्ड में किसानों को तकनीकी सलाह एवं प्रशिक्षण भी प्रदान करती है। जिससे सीधे किसानों को लाभ मिलता है। इसके लिए जुड़े उत्पादकों के लिए सामुदायिक सुविधा केब्ड के माध्यम से निम्न सेवायें प्रदान की जा सकती हैं।

- » कृषि यंत्र सेवा
- » बीज सेवा
- » पादप सुरक्षा हेतु दवाइयों की उपलब्धता
- » पैकिंग मैट्रिरियल उपलब्धता
- » ग्रेडिंग सेन्टर स्टोरेज
- » विक्रय केब्ड
- » प्रशिक्षण एवं प्रदर्शन
- » मौसम एवं बाजार की जानकारी
- » आनलाइन मार्केटिंग
- » तकनीकी जानकारी

कृषि यंत्र सेवा किसानों के लिए एक बहुत महत्वपूर्ण सेवा है। किसानों को कम शुल्क सेवा में उपकरण किसानों को उपलब्ध हो जाते हैं। जैसे स्प्रे मशीन, पावर टीलर, सीड डिलर, पल्पर, धी रिफाइनर, थ्रैसर, डीकोटिकेटर, आदि। इसके अलावा प्लास्टिक कैरेटर्स, पिकिंग बास्केट, पुनिंग ग्राफिटर ट्रूल्स आदि भी

किसानों को उपलब्ध कराये जा सकते हैं। इससे संगठन को भी सेवा शुल्क मिलने से स्थायित्व बनाने में लाभ मिल जाती है। इस सेवा को प्रभागी बनाने के लिए किसानों के मध्य जागरूकता फैलाने के लिए सतत आवश्यकता होती है। जिससे अधिक किसानों को सेवा प्राप्त हो सके।

बीज, खाद, दवाइयों, सेवा व्यवसायिक खेती के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। ऐसे संगठन जो किन्हीं खास उत्पादों को बाजार सुविधा उपलब्ध कराया रहे हैं उनके लिए बहुत ही जरूरी है। ऐसे में उत्पादों की गुणवता की एकलूपता बनाये रखने के लिए मदद मिलती है। अधिकतर किसान बाजार से अपने स्तर पर बीज, खाद एवं दवाइयों खरीद लेते हैं। यह खरीद किसानों को मंहगी तो पड़ती ही है साथ में गुणवता का अरोसा भी नहीं होता है। यदि संगठन किसानों की मॉर्ग के आधार पर एगीनपुट्स उपलब्ध कराता है तो एकलूपता एवं गुणवता की गारन्टी भी रहती है।

किसानों को कई बार खास पैकेजिंग में उत्पादों को बाजार में उपलब्ध कराना होता है। ऐसी परिस्थिति में संगठन अपने ब्रांड के लिए अपना पैकेजिंग मैट्रिरियल किसानों तक पहुँचा सकता है। इससे बाजार में अपना ब्रांड स्थापित करने में मदद मिलती है। कई और प्रकार के पैकेजिंग मैट्रिरियल भी हैं जिनकी किसानों को समय समय पर आवश्यकता होती है जैसे बन्ड गोभी, बीन्स, मटर, आलू, के लिए गनी बैगस एवं फुलगोभी के लिए टोकरियों का उपयोग किया जाता है। इसी प्रकार फलों की पैकेजिंग के लिए गते के कार्टन का उपयोग किया जाता है। इसके लिए बाजार से पैकेजिंग मैट्रिरियल किसानों को दियायती दरों में उपलब्ध की जा सकती है। इन सब उत्पादों के लिए ऐखा विभाग की योजनाओं से जुड़ाव अथवा लिंक कराकर भी किसानों तक पहुँचाया जा सकता है।

अधिकांश किसानों के पास अपनी फसलों के लिए भंडारण की सुविधा नहीं होती है। इसके अलावा वैज्ञानिक तकनीकी के अभाव में भी किसानों के उत्पाद स्टोरेज के अभाव में बर्बाद हो जाती है। संगठन अपने स्तर पर स्टोरेज निर्माण कर यह सुविधा किसानों तक पहुँचा सकता है।

किसानों को विभिन्न बाजारों में उत्पादों के मूल्यों की जानकारी उपलब्ध कराकर किसानों की जागरूकता बढ़ाई जा सकती है साथ ही बाजार लिंकेज की संभावनाओं को भी तलाशा जा सकता है। संगठन के अन्दर इन्टरनेट सेवा उपलब्ध कराकर किसानों की आवश्यकता के आधार पर सूचनाओं के प्रसार के लिए ग्रामीण सूचना केब्ड स्थापित किया जा सकता है। जिससे आनलाइन बाजार उपलब्ध कराने के लिए अवसर पैदा किये जा सकते हैं। सामुदायिक सुविधा केब्ड के माध्यम से बाजार के अलावा मौसम की जानकारी भी उपलब्ध कराई जा सकती है जिसे समृह स्तर पर प्रसारित किया जा सकता है।

किसानों को तकनीकी जानकारी उपलब्ध कराने के लिए सामुदायिक सुविधा केब्ड के माध्यम से विभिन्न शुल्क आधारित प्रशिक्षण एवं वैज्ञानिकों से इन्टरफेस कार्यक्रम आयोजित किये जा सकते हैं। इन प्रशिक्षणों को किसानों की सुविधा एवं आवश्यकता के आधार पर आयोजित किया जा सकता है।

## छठा कदम : व्यक्तिगत किसानों के लिए विभिन्न मार्केट एपलीकेशन्स का उपयोग

आरतीय किसान अधिकतर पराम्परागत विपणन के तौर तरीकों पर आज भी निर्भर है। अब समय आ गया है कि किसानों को नई तकनीकों एवं विधियों को अपनाकर खेती में अधिक मुनाफा कमाने की ओर बढ़ाना होगा। खेती के तौर तरीकों में बदलाव के साथ- साथ अपने कृषि उत्पादों को बेचने के लिए भी नये रास्ते तलाशने होंगे। ऐसा ही एक रास्ता है डीजिटल मार्केटिंग।

डीजिटल मार्केटिंग को आनलाइन मार्केटिंग भी कहते हैं अर्थात् किसी प्रोडक्ट या सर्विस को आनलाइन बेचना या देना डिजिटल मार्केटिंग कहलाता है। डीजिटल मार्केटिंग का मुख्य माध्यम इन्टरनेट है। डीजीटल मार्केटिंग से इन्टरनेट, कम्प्यूटर, मोबाइल, लैपटॉप, एप्स या वेबसाइट एडस के जरिये जुड़ सकते हैं। 1980 के दशक में डिजिटल मार्केटिंग को स्थापित करने का प्रयास किया गया था परन्तु यह संभव नहीं हो पाया। 1990 के दशक के बाद इसका नाम तथा उपयोग शुरू हुआ। डिजिटल मार्केटिंग से उत्पाद अपने ग्राहकों तक पहुँचाने तथा उनसे विश्वसनीयता बढ़ाने का माध्यम है। डिजिटल मार्केटिंग से उत्पादक अपने ग्राहकों की गतिविधियों तथा पसन्द पर नजर रख सकता है।

वर्तमान समय में ज्यादातर लोग अपना समय इन्टरनेट पर गुजार रहे हैं। सभी लोग सोशल मीडिया ल्वासएप, फेसबुक, इनस्टाग्राम एवं टिवीटर इस्तेमाल कर रहे हैं। इन्हीं के माध्यम से वह दुनिया से जुड़े हैं। आज के इस दौर में कोई भी दुकान पर जाकर खरीददारी नहीं करना चाहता है क्योंकि उसके पास सोशल मीडिया से समझ ही नहीं है। जब भी कोई सामान खरीददारी करनी होती है तो वह आनलाइन ही खरीदना पसंद करता है। इन्टरनेट पर किसी प्रोडक्ट का फोटो देखता है तो पंसन्द आने पर आर्डर कर देता है जो कुछ दिनों में घर पर डिलीवर हो जाता है। आनलाइन खरीददारी का सबसे बड़ा फायदा यह है कि यदि प्रोडक्ट में कोई कमी है तो वह बदल दी जाती है। डीजिटल मार्केटिंग के जरिये अपने उत्पाद या सेवा को ग्राहकों के पास आसानी से कम समय में पहुँचा सकते हैं। किसानों के लिए भी ऐसे बहुत सारे मार्केटिंग एप्स विकसित किये गये हैं जिनके माध्यम से किसान अपने उत्पादों को बेच सकते हैं। इन एलीकेशन का फायदा लेने के लिए इन्हें गूगल प्ले स्टोर से इनस्टाल करना होता है। इनमें मुख्यतः निम्न हैं :

एक - ग्रामोफोन : यह किसानों के लिए एक अति उपयोगी मार्केट एप है। पिछले पांच सालों में आरतीय किसानों ने इसे काफी पंसन्द किया है। इस एप के माध्यम से खेती के उन्नत तौर तरीके, एवं इपपुट्स की खरीद, खेती के लिए परामर्श एवं उत्पादों के विक्री के लिए उपयुक्त है। यह देश की हिन्दी सहित कई क्षेत्रीय भाषाओं में उपलब्ध है। इसकी रेटिंग काफी अच्छी 4.7 है।

दो - फारमर बाजार : यह किसानों के लिए उपयुक्त मार्केट प्लेस है जहाँ किसान आसानी से कम लागत में अपने उत्पादों को बेचते हैं। बाजार लागत में कमी करना इसकी सबसे बड़ी खासियत है। इस एप को किसानों द्वारा काफी पसन्द किया गया है। इसकी रेटिंग 4.8 है। यह देश की हिन्दी सहित कई क्षेत्रीय भाषाओं में उपलब्ध है।

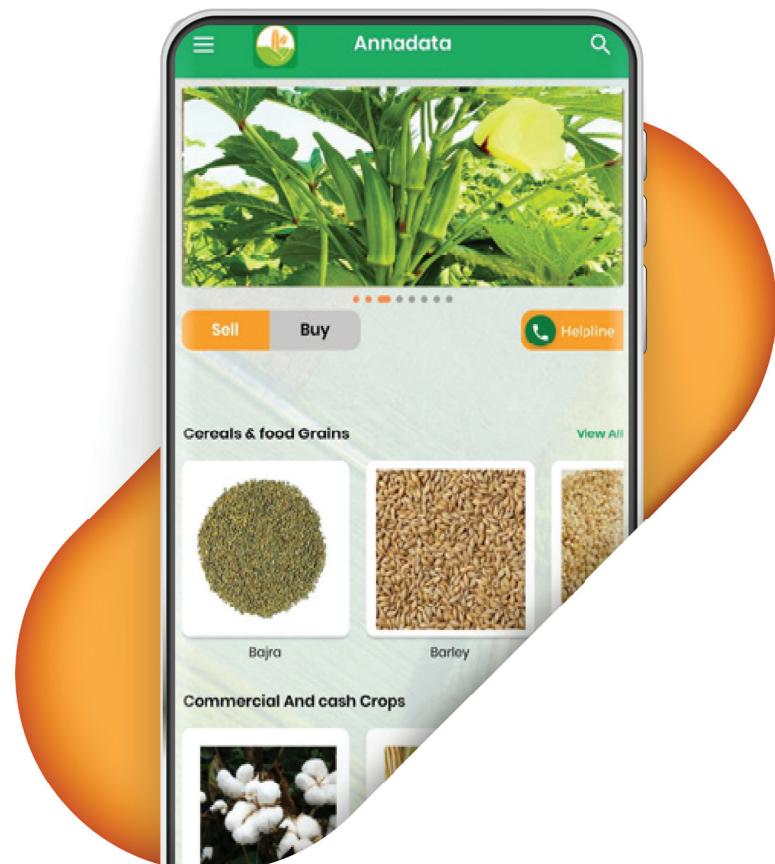
तीन-मण्डी सोन्ट्रल : देशभर की मण्डियों के भाव एवं व्यापारिक सूचनायें जानने के लिए यह सबसे उपयुक्त एप्लीकेशन है। यह व्यापारी एवं किसानों के मध्य सम्बव्य बढ़ाने में कारगर है। इसकी रेटिंग 4.2 है। यह देश की हिन्दी सहित कई क्षेत्रीय भाषाओं में उपलब्ध है।

चार- ई नाम : ई नाम भारत सरकार द्वारा प्रोत्साहित इलेक्ट्रोनिक ट्रेडिंग पोर्टल है। इसका मुख्य मकासद देशभर की मण्डियों को इलेक्ट्रानिक तौर तरीके से नेटवर्क विकसित कर रिमोट की मण्डियों को जोड़ा जा सके जिससे किसानों को अपने माल को बेचने में आसानी हो। इसकी रेटिंग 4.2 है।

- » इसके अन्तर्गत किसान अपने राज्य की मण्डियों के भाव पता कर सकते हैं।
- » मण्डीयों में आवक को जान सकते हैं।
- » न्यूनतम एवं अधिकतम मूल्य मण्डीवार जान सकते हैं।

व्यक्तिगत किसान एवं संगठन आनलाइन मार्केटिंग का उपयोग बढ़ाकर अपनी आय में निरंतर बढ़ोतारी कर सकते हैं। साथ ही वैकल्पिक विपणन के जरिये लाभ का प्रतिशत बढ़ा सकते हैं।

## अन्नदाता एप्प-किसान के लिए प्रभावी मार्केट प्लेस



**उद्देश्य :** किसानों के लिए कृषि उत्पादों के सही दाम सुनिश्चित करने के लिए आनलाइन बाजार प्लेटफार्म के द्वारा अवसर उपलब्ध कराना है।

**अधिकांशतः:** किसानों को बाजार में उत्पादों की मॉग एवं आवश्यक आपूर्ति समय की जानकारी नहीं होती जिससे बाजार में उन्हें लाभ नहीं मिल पाता। किसानों को उनकी उपज के वाजिब मूल्य प्राप्त करने के लिए आनलाइन मार्केटिंग के अवसर की आवश्यकता है जहाँ वह अपने उत्पादों की विक्री कर सही मूल्य प्राप्त कर सके।

अन्नदाता एन्डाएड आधारित एप्लीकेशन है जो किसानों की आवश्यकता के अनुरूप तैयार किया गया है जो निर्धारित समय में आवश्यक उत्पादों की गुणवत्ता एवं मात्रा के साथ उचित मूल्य प्रदान करने का अवसर प्रदान करता है। अन्नदाता एप्प का उपयोग निम्न प्रकार कर सकते हैं :

- » यह उपयोगकर्ता के लिए सुलभ है जिसे प्ले स्टोर से डाउनलोड कर स्वयं को मोबाइल नम्बर के साथ पंजीकृत कर विक्री एवं खरीददारी की जा सकती है।
- » यह ऐसा सिंगल प्लेटफार्म है जो विभिन्न हितगमियाँ (स्टेक होल्डर्स) को सभी कृषि उत्पादों को बेचने एवं खरीदनें का समाधान प्रदान करता है।
- » यह एक ऐसा प्लेटफार्म है जो दैनिक रूप से मण्डियाँ के ऐट अपडेट करता है एवं किसान को आवश्यकता के अनुरूप गुणवत्ता एवं मात्रा को साझा कर सकता है।
- » विषण न के आंकड़े प्रबन्धन आसान है : विक्री एवं खरीद के आंकड़े व्यापार के समय प्रदान किये जा सकते हैं।
- » बहु स्तरीय जुडाव लिये हुए हैं।

## अन्नदाता की सेवायें

पैन इंडिया का अनलाइन मार्केट स्थान : देश के कृषि बाजार को सभी स्टेकहोल्डर्स को उनके लाभों को धान में रखते हुए डिजिटली जोड़ने में सक्षम है।

बाजार के अवसर बढ़ाता है : दूरदराज क्षेत्रों में बैठे आपूर्तिकर्ता एवं खट्टीदार को पहुँच में लाता है।

लाभ को बढ़ाता है : पारदर्शिता एवं प्रतिस्पर्धा के कारण विभिन्न स्टेकहोल्डर्स को अधिक कमाने का अवसर होगा।

समयबद्ध अपडेट्स : यह समय पर सभी उपज की आवक, विक्री की मात्रा एवं मूल्यों की जानकारी उपलब्ध कराता है।

तुरंत भुगतान एवं वितरण : सुरक्षित एवं समय पर भुगतान एवं आपूर्ति प्रदान करता है।

सबका एक समाधान

पैन इंडिया पहुँच

कोई विचौलिया नहीं अर्थात् ज्यादा लाभ



अन्नदाता खट्टीदारों, संस्थाओं एवं सप्लाईचेन के स्टेकहोल्डर्स के लिए एक बहुआयामी कार्य वाला एप्लीकेशन है।

मुख्य विशेषताएँ :



अनंदाता एप्प के उपयोग से कृषि व्यवसाय से जुड़े व्यवसायियों को व्यापार में ही नहीं बल्कि अच्छे मूल्य प्राप्त करने में भी सहायता करता है।



**बहुसंस्थायी जुड़ाव :** यह सीधे रूप में खरीदार, व्यापारियों, संस्थाओं को एफपीओ, संग्रहणकर्ताओं एवं विक्रेताओं से जोड़ता है।



**उपयुक्त एवं सही समय पर विक्री की प्रक्रिया :** खुले बाजार में विक्री की सुविधा भी एप्प में उपलब्ध है जहाँ आनलाइन विक्री के माध्यम से किसान उच्च गुणवता की समझकर अपनी उपज को विना किसी हानि के बेच सकता है।



**विलिंग एवं एकाउंटिंग सेवाएँ :** विक्री के समय पर सही जानकारी ईआरपी कालम पर प्रदर्शित होंगी।



**व्यापार के लिए उपयोगी जानकारियों का सूचना प्रबन्धन तंत्र :** किस उत्पाद के किस प्रजाति के क्या मूल्य रहते हैं यह जानकारी किसानों एवं संस्थाओं के लिए उपलब्ध रहते हैं जिससे उत्पादन एवं विक्री के समय हनका उपयोग कर सकें।



**एव्री प्रसंस्करण कम्पनियों को उत्पाद बेचने का अवसर :** किसानों को एप्प के माध्यम से विना विचौलियों के सीधे प्रसंस्करण से जुड़ने का अवसर मिलता है जिसका मूल्य के रूप में किसानों को मिलेगा।



**आनलाइन भुगतान की की सुविधा :** नगद भुगतान की जगह डीजिटल भुगतान सुरक्षित होता है यह खरीदार एवं आपूर्तिकर्ता के मध्य सुरक्षा एवं विश्वास प्रदान करता है।



**भण्डारण सुविधाओं की सुविधा उपलब्ध कराता है :** भण्डारण सुविधा किसानों एवं संस्थाओं को संनुसार प्रदान करता है जिससे उत्पादित माल का भण्डारण करके बेमौसमी सीजन में विक्री कर सके।

# सातवाँ कदम : कृषि विपणन के विभिन्न स्थानों अथवा वर्गीकरण एवं उपयोग की रणनीति तैयार करना।

जिस दूसरे से सामान उत्पादक से अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचता है उसे मार्केटिंग चैनल कहा जाता है। विपणन चैनल का प्रकार और जटिलता अलग-अलग वस्तुओं के साथ शिन्डे होती है। सड़क के किनारे का बाजार एक बहुत ही सरल विपणन चैनल है, जो उत्पादक से लेकर उपभोक्ता तक है। हालांकि अधिकांश उत्पाद विपणन चैनल के विभिन्न स्तरों पर आगे की प्रक्रिया से गुजरते हैं और अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचने से पहले कई फर्मों से गुजरते हैं।

कृषि विपणन में खाद्य अनाज, वाणिज्यिक फसलों, वृक्षारोपण फसलों, बागवानी उत्पादों और अन्य प्रसंस्कृत उत्पादों का विपणन शामिल है। बाजार को निम्न आधार पर परिभ्राषित किया जाता है। अ-आवृति के आधार पर नियोजित जैसे दैनिक बाजार, साप्ताहिक बाजार, मासिक बाजार बा.व्यापार किये गये उत्पादों के प्रकार के आधार पर हम अनाज बाजार, कपास बाजार, मछली बाजार, फल एवं सब्जी बाजार सं. लेनदेन के प्रकार के आधार पर हाजिर बाजार और आगे बाजार द.- विपणन कार्यों के आधार पर उत्पादों का एकत्रीकरण, थोक और वितरण बाजार

स्थान के आधार पर कृषि बाजार का वर्गीकरण :

पहला : स्थानीय बाजार/गॉव का बाजार

दूसरा : प्राथमिक बाजार

तीसरा : द्वितीयक बाजार

चतुर्थ : टर्मिनल बाजार

स्थानीय बाजार :

यह बाजार एक विशेष गॉव तक ही सीमित होता है जहाँ उत्पादक और मध्यस्थ या उपभोक्ता कृषि उत्पादों की खरीद और विक्री के लिए मिलते हैं। उस गॉव में उत्पादित उत्पादों को इन बाजारों में विक्री के लिए लाया जाता है। स्थानीय बाजार को उत्पादकों के बाजार के रूपमें जाना जाता है। यह ग्रामीण

क्षेत्रों के आसपास के क्षेत्र में उपलब्ध होता है। आमतौर पर छोटे शहरों और और अपने सुविधाजनक स्थानों पर जहाँ ग्रामीण उत्पादक अपनी उपज लाते हैं और खरीदारों को बेचते हैं।

स्थानीय बाजारों के कार्य :

- उत्पादों का एकत्रीकरण : स्थानीय बाजार का प्राथमिक कार्य एक ही स्थान पर खेत की उपज को एकत्र करना है।
- सुविधाजनक स्थान की उपलब्धता : उत्पादक और खरीदार पास के स्थान पर मिलते हैं। इस प्रकार का बाजार उत्पादकों को मदद करता है। यह उत्पादकों को मदद करता है और उन्हें परिवहन के सिरदर्द से राहत देता है और इसे कर्त्त्वों तक ले जाने की अन्य लागतों को बचाता है।
- तत्काल नगद भुगतान : इस प्रकार के बाजारों में ग्राम उत्पादकों को उनकी उपज की विक्री के बाद तत्काल भुगतान मिलता है।

प्राथमिक बाजार :

प्राथमिक बाजार सभी सभी पर स्थानीय बाजार होते हैं जिन्हें हाट कहा जाता है। आमतौर पर सप्ताह में एक बार एक विशेष दिन पर आयोजित किये जाते हैं। यह आमतौर पर यह बाजार खुले स्थान पर या सड़क के किनारे के हिस्थानों में सुविधाजनक स्थानों में आयोजित किये जाते हैं। यह बाजार उत्पादक क्षेत्रों में स्थित होते हैं। आस पास के क्षेत्रों में उत्पादित वस्तुओं को यहाँ लाया जाता है। कृषि उपज बिचौलियों द्वारा खरीदी जाती है जिसे बाद में वह इसे थोक बाजारों में बेचा जाता है। इन बाजारों के मुख्य कार्य स्थानीय उपज के लिए एकत्रीकरण केन्द्रों के रूप में काम करना है लेकिन स्थानीय खपत के लिए वितरण केन्द्रों के रूप में कार्य करते हैं।

द्वितीयक बाजार :

यह बाजार में जिला सुख्यालय और अन्य शहरों में स्थित होते हैं। इन्हें मण्डियों के रूप में जाना जाता है। ऐसे बाजार नियमित थोक बाजार होते हैं। यह नियमित थोक बाजार दैनिक लेनदेन के लिए एक स्थायी स्थान प्रदान करते हैं। लेनदेन की गई वस्तुओं की मात्रा थोक में होती है। बड़ी मात्रा में उत्पाद दूसरे बाजारों से इन बाजारों में पहुँचते हैं। इस विपणन प्रणाली में बाजार के एजेंट, वर्जन करने वाले और कमीशन एजेंट होते हैं। इन बाजारों में थोकिंग, पैकिंग, वेयरहाउसिंग, लोडिंग, परिवहन, और बैंकिंग सुविधायें भी होती हैं। इन बाजारों में यह सुविधायें बड़े स्तर पर व्यापार को संभव बनाते हैं। यदि किसी मंडी में किसी कृषि उत्पादों का बार बार लेनदेन होता है तो हर बार विपणन शुल्क लगाया जाता है। इसी प्रकार किसी राज्य की एक मंडी से दूसरे राज्य की मंडी में ले जाया जाता है तो पुनः

विपणन शुल्क देना पड़ता है जिससे वस्तुएं अनावश्यक रूप से मंहगी हो जाती है।

#### टर्मिनल बाजार :

एक टर्मिनल बाजार एक ऐसा बाजार है जहाँ उत्पादन या तो उपभोक्ता के लिए या प्रोसेसर के लिए बेचा जाता है। इन बाजारों में व्यापारी अच्छी तरह संगठित होते हैं और आधुनिक तकनीकों का उपयोग करते हैं। इन बाजारों में मूल्य का पता लगाने की गतिविधियाँ संचालित की जाती हैं। यहाँ खरीददार और विक्रेता विभिन्न क्षेत्रों या राष्ट्रों का प्रतिनिधित्व करते हैं जो कभी -कभी आपूर्ति और मॉग को समायोजित करते हैं। इन बाजारों में ग्रेडिंग, परिवहन, सूचना, पैकिंग, वजन, लोडिंग आदि जैसी सुविधायें उपलब्ध होती हैं। टर्मिनल बाजार अत्यधिक आबादी वाले शहरों जैसे मुम्बई, चैनई, दिल्ली, कोलकाता, बंगलौर आदि शहरों में स्थित हैं।

#### मेलों में विपणन :

तीर्थस्थलों पर धार्मिक अवसरों पर आयोजित होने वाले मेले भारत में कृषि उपज के विपणन के महत्वपूर्ण खोल हैं। इस तरह के मेले सालाना आयोजित किये जाते हैं। ऐसे मेले जिला अधिकारियों, स्थानीय निकायों या निजी एजेन्सियों द्वारा आयोजित किये जाते हैं। ऐसे मेले बिहार, बंगाल, उत्तर प्रदेश, उडीसा, महाराष्ट्र, गुजरात और राजस्थान में बहुत लोकप्रिय हैं।

#### सहकारी विपणन :

यह बाजार सहयोग के सिद्धान्तों के आधार पर कार्य करते हैं। सहकारी विपणन सोसाइटी कृषि उपज को उपभोक्ताओं तक सीधे ले जाती है। इस तरह सहकारिता बिचौलियों को सप्लाईचेन से समाप्त कर देती है।

#### स्टेट टेंडिंग :

कृषि उपज में राज्य व्यापार भारत में कृषि विपणन का एक महत्वपूर्ण तत्व बन गया है। भारतीय खाद्य निगम जैसे राज्य एजेन्सियों किसानों के लिए सरकार से तय कीमतों पर उपज की खरीद के लिए गाँवों और मण्डियों के आस पास खरीद केन्द्र स्थापित किये गये हैं।

#### कृषि उत्पादों का विदेशी व्यापार :

कृषि में विश्व व्यापार के उदारीकरण ने विकास के नये आयाम खोले हैं। कृषि निर्यात के लिए कई वस्तुओं में भारत को हनपुट की आत्म निर्भरता, अपेक्षाकृत कम श्रम लागत और विविध कृषि जलवायु परिस्थितियों के कारण प्रतिस्पर्धात्मक लाभ है। इन कारकों ने समुद्री उत्पादों, अनाज, काजू, चाय, काफी, मसालों, फलों और सब्जियों, अंडी जैसे कृषि उत्पादों का निर्यात संभव किया है।

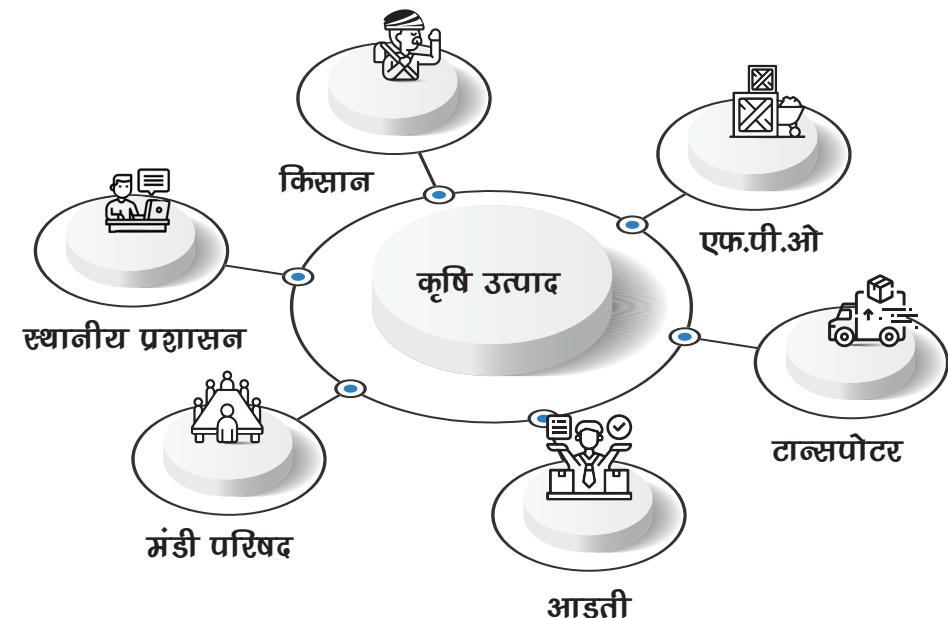
# आठवां कदम : स्थानीय प्रशासन एवं अन्य हितगमियों से समब्वय बनाना

किसान संगठनों के सामने बाजार में अपने उत्पादों को बेचने के लिए एक मजबूत सप्लाईचेन की आवश्यकता होती है। बाजार में किसानों का सबसे अधिक शोषण सप्लाईचेन में जुड़े स्टेकहोल्डर करते हैं। इसका सबसे बड़ा कारण किसानों का संगठित न होना है। जब किसान अकेले बाजार में जाता है तो उसे सेवायें लेने के लिए अधिक कीमत चुकानी पड़ती है। ट्रान्सपोर्टर के साथ साथ आडती भी अकेले किसान को कमजोर समझकर मनमाने तरीके से वर्तव करते हैं। संगठनात्मक शक्ति के बल पर किसान बाजार में सप्लाईचेन को नियंत्रित कर सकते हैं। बाजार में मॉग के अनुरूप उत्पादों की आपूर्ति के लिए सबसे पहले मार्केट सर्वे करवाना आवश्यक है।

**मार्केट इन्डेलीजेन्स सर्वेक्षण :** बाजार में अच्छे दाम प्राप्त करने के लिए ऐसे सर्वेक्षण करवाना आवश्यक होता है। अपने पहुँच की मण्डियों के लगातार दोज के भावों को एकत्र कर विश्लेषण करना आवश्यक होता है। इसके अन्तर्गत बाजार में उत्पादों की आपूर्ति की समीक्षा भी करनी जरूरी होती है। ऐसे बाजार का चयन करना होता है जहाँ संगठन द्वारा उत्पादित उत्पादों के मूल्य अधिक मिल रहे हों साथ ही वहाँ सप्लाई कम हो और मॉग अधिक हो। ऐसे सर्वेक्षण के लिए संगठन को सम्बन्धित बाजारों/मण्डियों में विश्वसनीय समर्पक स्थापित करना जरूरी होता है। समर्पक सूत्र के माध्यम से दोज के भावों एवं आवक का पता लगाकर निर्णय लेने में असानी हो जाती है। ऐसे कई संगठन हैं जो इस तरीके का उपयोग कर किसानों को अच्छे दाम दिलाने में सफल हुए हैं।

**ट्रान्सपोर्टरों के साथ दरों एवं अन्य शर्तों को तय करना:** अक्सर ट्रान्सपोर्टर मनमाने दाम वसूलने का दबाव बनाता है। साथ ही आपूर्ति के समय कई चूक करता है जिससे किसानों को अच्छे दाम नहीं मिल पाते। जैसे समय पर बाजार में माल की आपूर्ति न करना एक प्रमुख कारण है। कई मण्डियों में बड़े खरीदार मण्डी खुलते ही पहुँच जाते हैं। मॉग होने के कारण उत्पादों को अच्छे दरों पर खरीदने के लिए तैयार रहते हैं। इसलिए सही समय उत्पादों का मण्डी पहुँचना आवश्यक होता है। देर से पहुँचने पर उत्पादों के दोयम भाव ही मिल पाते हैं। इसलिए ट्रान्सपोर्टरों को इस शर्त से बौद्धना आवश्यक है। दूसरा ट्रान्सपोर्टर माल को मण्डियों तक पहुँचाने में उत्पादों को बुकसान भी पहुँचाते हैं। जिससे उत्पादों की गुणवत्ता पर प्रभाव पड़ता है जिससे अच्छे दाम नहीं मिल पाते। इसके अलावा भुगतान के तौर तरीकों और चूक पर दण्ड के लिए स्पष्ट नियम बनाने की आवश्यकता होती है।

**स्थानीय प्रशासन की मध्यस्था में स्टेक होल्डर्स की बैठक :** कारगर सप्लाईचेन प्रबल्धन के लिए स्थानीय प्रशासन जिलाअधिकारी की मध्यस्थता में सभी स्टेक होल्डर्स की बैठक बुलाई जानी आवश्यक होती



है। इसमें मुख्यतः ट्रान्सपोर्टर, लोक निर्माण विभाग, मण्डी परिषद के पदाधिकारी, किसान संगठन के मुख्य उद्देश्य निम्न प्रकार रखे जाने चाहिए।

- » स्थानीय प्रशासन को उत्पादन एवं विपणन गतिविधियों से अवगत कराना।
- » ट्रान्सपोर्ट के वाजिब दाम तय करना।
- » स्थानीय सड़कों की निगरानी के लिए लोक निर्माण विभाग को अवगत कराना।
- » विपणन के लिए विभागीय योजनाओं से जोड़ने के लिए अवसर पैदा करना।

**अनुबन्ध खेती :**

अनुबन्ध पर खेती का मतलब यह है कि किसान अपनी जमीन पर खेती तो करता है लेकिन अपने लिए नहीं बल्कि किसी और के लिए। भारत में खेती पूरी तरह से कुदरत के असासे है। कभी सूखा तो कभी ज्यादा बारिश खेत में पड़ी फसल को बर्बाद कर देते हैं। हमारे देश में ज्यादातर छोटे किसान हैं,

यह किसान अपने खेतों में कुछ ज्यादा प्रयोग भी नहीं कर पाते। ज्यादातर किसान खेती से विमुख हो रहे हैं। हालांकि खेती के घाटे को कम करने के लिए सरकार बड़े स्तर पर काम कर रही है लेकिन विविधताओं से भरे इस देश में प्रयास पर्याप्त साबित नहीं हो पाते हैं। सरकार किसानों को आधुनिक तरीके से खेती करने के लिए जागरूक कर रही है। आधुनिक खेती का ही नया माध्यम है कॉन्टैक्ट खेती या अनुबन्ध पर खेती या फिर ठेका खेती।

अनुबन्ध पर खेती का मतलब यह है कि किसान अपनी जमीन पर खेती तो करता है लेकिन अपने लिए नहीं बल्कि किसी और के लिए। कॉन्टैक्ट खेती में किसान को अपना पैसा नहीं खर्च करना पड़ता। इस में कोई आदमी या कम्पनी किसान के साथ अनुबन्ध करता है। किसान द्वारा उत्तराई गई फसल विषेश कॉन्टैक्टर एक तय दाम में खरीदेगा। इस में बीज, खाद से लेकर सिंचाई और मजदूरी सब खर्च कॉन्टैक्टर के होते हैं। कॉन्टैक्टर ही किसान को खेती के तरीके बताता है। फसल की गुणवता, मात्रा और उस के डिलीवरी का समय फसल उगाने से पहले ही तय हो जाता है।

#### अनुबन्ध खेती के फायदे :

ગुजरात, महाराष्ट्र और दक्षिण भारत के कई राज्यों में अनुबन्ध पर खेती की जा रही है। इस खेती के अच्छे परिणाम सामने आ रहे हैं। इससे न केवल किसानों को फायदा हो रहा है बल्कि खेती की दशा और दिशा भी सुधार रही है।

- » खेती अधिक संगठित बनेगी।
- » किसानों को बेहतर भाव मिलेंगे।
- » बाजार में उतार-चढ़ाव के जोखिम से किसान मुक्त होंगे।
- » किसानों को बड़ा बाजार मिल जाता है।
- » किसानों को सीखने का अवसर मिल जाता है।
- » खेती के तरीके में सुधार होगा।
- » फसल की गुणवता और मात्रा में सुधार होगा।
- » किसानों को बीज एवं खाद के फैसले में मदद मिलेगी।

अनुबन्ध खेती के लिए जरूरी कदम :

कॉन्टैक्ट फार्मिंग से किसान और कॉन्टैक्टर दोनों को फायदा हो इसके लिए कुछ जरूरी उपाय करने चाहिए।

- » जैसे दोनों पक्षों के बीच होने वाले करार का आनलाइन रजिस्ट्रेशन होना चाहिए।
- » किसान और कंपनी के बीच करार पारदर्शी होना चाहिए।
- » कोई भी बात, नियम या शर्त छिपी हुई नहीं होनी चाहिए।
- » किसानों के लिए अनुबन्ध खेती को लेकर जागरूकता अभियान चलाया जाना चाहिए।
- » किसानों का शोषण न हो इसके लिए सख्त कानून होने चाहिए।
- » कृषि उत्पादों का इश्योरेंज्स होना चाहिए।

अनुबन्ध खेती की मुख्य चुनौतियाँ :

- » बड़े खरीदारों के एकाधिकार को बढ़ावा।
- » कम कीमत देकर किसानों के शोषण का डर सामाज्य किसानों के लिए समझना मुश्किल।
- » छोटे किसानों को इसका कम फायदा होगा।

# नौवां कदम : किसान संगठनों में वित प्रबन्धन

व्यवसायिक खेती के लिए पहले लागत लगाने की आवश्यकता हमेशा बनी रहती है। किसानों के सामने हर फसल पर विभिन्न एवं इनपुट्स खरीदने के लिए नगदी उपलब्धता की समस्या रहती है। निम्न विभिन्न आवश्यकताओं के लिए नगदी की ज़रूरत होती है।

- » उन्नत बीज
- » खाद एवं उर्वरक
- » रोग एवं कीट निवारण हेतु दवाइयाँ
- » मजदूरी
- » कृषि यंत्र
- » फसल बीमा
- » बाजार लिंकेज
- » पैकिंग मैट्रिसियल आदि

उपरोक्त ज़रूरतों के लिए किसानों को विभिन्न ऋण दाताओं पर निर्भर रहना पड़ता है। इनमें मुख्य ऋणदाता संस्थान निम्न हैं:

- » सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक
- » सहकारी बैंक
- » निजी क्षेत्र के बैंक
- » माइक्रो फाइनेंस संस्थाएं
- » स्थानीय साहकार

सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की किसानों के लिए विभिन्न योजनायें होती हैं। विभिन्न बैंकों द्वारा ऐसे क्षेत्रों में कृषि शाखा भी संचालित की जा रही है। इन शाखाओं के माध्यम से खेती के विकास के लिए ऋण उपलब्ध कराया जाता है। बैंक की इन शाखाओं में जाकर विभिन्न योजनाओं की जानकारी ली जा सकती है। इनमें एसबीआई की कृषि हेतु प्रमुख ऋण योजनायें निम्न हैं।

- » एसबीआई कृषक उत्थान योजना
- » कृषि स्वर्ण ऋण
- » किसान क्रेडिट कार्ड
- » उत्पाद विपणन ऋण
- » किसान गोल्ड कार्ड योजना

- » कृषि क्लीनिक एवं कृषि व्यवसाय केन्द्रों की स्थापना
- » भूमि खरीदी योजना।
- » टैक्टर ब्रह्मों के लिए स्कारिंग माडल
- » पावर टीलर्स वित्तीयन
- » बागवानी के लिए वित पोषण
- » जैविक खेती के लिए राष्ट्रीय परियोजना के अन्तर्गत जैविक इनपुट्स संबंधी इकाइयों के लिए पूँजी निवेश

हलाहाबाद बैंक :

- » किसान शुक्रित योजना

आंध्रा बैंक

- » आंध्रा बैंक किसान ग्रीन कार्ड

बैंक आफ बडोदा :

- » शुष्क भूमि के लिए सेकण्ड हैंड टैक्टर्स खरीद योजना
- » डेयरी का विकास
- » बागवानी विकास
- » कृषि औजारों, साधनों, बैलों, सिंचाई के लिए अनुसूचित जाति/जनजाति वर्गों को वित्तीय सहायता।

पंजाब नेशनल बैंक :

- » पीएनबी किसान सम्पूर्ण योजना
- » पीएनबी किसान इच्छा पूर्ति योजना
- » स्व प्रेरित संयुक्त कृषक
- » बंजर भूमि विकास
- » दुधारू पशुओं की खरीद
- » डेयरी विकास कार्ड स्कीम
- » मछली पालन, सुअर पालन, मधुमक्खी पालन हेतु योजना

बैंक आफ इंडिया

- » स्टार भूमिहीन किसान कार्ड
- » किसान समाधान कार्ड
- » शताब्दी कृषि विकास कार्ड
- » स्वयं सहायता समूह के लिए योजना
- » फसल ऋण

किसानों को ज्यादा लाभ पहुँचाने के लिए सरकार द्वारा प्रधानमंत्री फसल बीमा योजना प्रारम्भ की गई है। किसानों को सबसे कम प्रीमियम पर एक व्यापक फसल जोखिम बीमा समाधान प्रदान करने के लिए पाँच साल पहले से संचालित की जा रही है। इस योजना में साल भर में लगभग साढे पाँच करोड़ आवेदन आते हैं। अब तक योजना के तहत नब्बे हजार करोड़ रुपयों का दावों का भुगतान किया जा चुका है।

इसी प्रकार देना बैंक, इंडियन बैंक, ओरियन्टल बैंक आफ कामर्स आदि भी विभिन्न योजनायें किसानों के लिए संचालित करते हैं। इसी प्रकार सहकारी एवं निजी क्षेत्र के बैंक भी किसानों के लिए कई उपयोगी योजनायें चला रहे हैं। इनमें मुख्यतः आईसीआईसी बैंक एवं एचडीएफसी बैंक प्रमुख हैं।

इसके अलावा माझको फाइनेंस कम्पनियाँ भी किसानों के लिए विभिन्न पैकेज लेकर आते हैं जो किसानों को व्यवसायिक खेती के लिए मदद करते हैं। इनमें मुख्यतः अनन्या फाइनेंस मुख्य संस्था है। देशभर में लगभग 400 फारमर प्रोड्यूर्स कम्पनी कार्यरत हैं जिनमें लगभग 1000 सदस्य औसतन है इसके अलावा एक लाख से अधिक सहकारी समितियाँ हैं जिन्हें माझको फाइनेंस से जोड़ा जा सकता है। दियायती दरों एवं आवश्यक समय दिया जाय तो यह संगठन माझको फाइनेंस का जरिया बन सकती है जिससे किसानों को ऋण उपलब्ध हो सके। अनन्या फाइनेंस फार इनकुलिसिब ग्रोथ प्राइवेट लि. ने एफपीओ पर विश्वास जताया और उन्हे ऋण उपलब्ध करा रही है। अनन्या 175 से अधिक संगठनों के एक लाख पिछतर हजार सदस्यों को कृषि आवश्यकता हेतु ऋण प्रदान कर रही है। अनन्या के देशभर में 50 पार्टनर हैं जो राज्यों में एफपीओ के साथ लिंकेज बनाकर एक सेवायें दे रहे हैं।

राहत कोष को कुछ किसान संगठनों ने अपने स्तर पर खड़ा कर किसानों को अचानक हुए नुकसान की आंशिक भरपाई के लिए उपयोग किया है। ऐसे संगठन किसानों की तिकी के भुगतान के समय एक प्रतिशत धन राशि को राहत कोष में डाल देते हैं। धीरे धीरे यह धन राशि बढ़ कर सहायता पहुँचाने के लिए तैयार हो जाती है। मुख्यतः माल से लेदे ट्रकों का एक्सीडेन्ट एवं आपदा के कारण पैकड़ उत्पादकों हुए नुकसान के लिए सदस्यों को इस कोष से लाभावित किया जाता है। कुछ संगठन इस कोष के माध्यम से अपने कमजोर सदस्यों की सामाजिक आर्थिक स्थिति में सुधार के लिए उपयोग करते हैं। ऐसे भी संगठन हैं जो किसानों की तकनीकी जरूरतों एवं शिक्षण के लिए इस कोष को उपयोगी बनाते हैं।

## दसवाँ कदम : किसान संगठनों में उद्यमिता विकास

प्रायः यह देखा गया है कि परम्परागत खेती से जुड़े किसानों में व्यवसायिक दृष्टिकोण का अभाव होता है जिससे बाजार में किसानों को समस्याओं का सामना करना पड़ता है। खेती से समुचित लाभ लेने के लिए किसानों में निम्न समझ होनी आवश्यक है :

- » स्थानीय एवं राष्ट्रीय बाजार कैसे चलते हैं।
- » क्या बाजार में मेरी फसल की आवश्यकता है।
- » बाजार में फसल की कितनी माँग है।
- » फसल को उगाने में कितनी लागत लगेगी।
- » फसल से संभावित कितना लाभ मिलने की उम्मीद है।
- » बाजार में अच्छे ऐट कैसे मिल सकते हैं।
- » फसल की गोडिंग के क्या लाभ हो सकते हैं।
- » बाजार में कैसे व्यवहार करें।
- » संगठन के साथ कैसे व्यवहार से अधिक लाभ होगा।
- » फसलों का प्रभावी प्रबन्धन कैसे करें।
- » व्यापार में जोखिम प्रबन्धन कैसे करें
- » खेती का बिजनेस प्लान कैसे बनायें।
- » सप्लाई एवं वैल्यूचेन के किएदार कौन कौन है एवं उनकी भूमिका क्या है।

किसानों में उपरोक्त गुण विकसित कर खेती को लाभकारी बनाने में मदद मिल सकती है। उद्यमिता विकास के लिए क्या करें ?

किसानों में उद्यमी गुण विकसित करने के लिए निम्न कदम उगाने से मदद मिल सकती है।

- » किसानों का खरीदारों एवं व्यापारियों से सतत वार्तालाप करायें।
- » किसानों का बाजार में आपूर्ति के समय खरीदारों से वार्ता करायें।
- » समूह स्तर पर बाजार के अनुभवों को शेयर करें।
- » किसानों के साथ लाभकारी फसल के अनुभव बढ़ायें।
- » प्रशिक्षण के माध्यम से क्षमता एवं जागरूकता बढ़ायें।
- » अच्छे किसानों के साथ सतत इन्टरफेस करवायें।
- » सहयोगी विभागों एवं संस्थानों के साथ वार्ता करवायें।

## « र्याहरवॉ कदम : खेती में जोखिम प्रबन्धन

खेती एक जोखिम भरा बन्धा हैं भारत में एक तिहाई किसानों को जोखिम के कारण 12 प्रतिशत लाभ का नुकसान होता है। ऐसे ही कुल नुकसान के 47 प्रतिशत नुकसान सूखे के कारण, 27 प्रतिशत नुकसान कीट दोग के कारण एवं 20 प्रतिशत बाढ़ एवं आपदा के कारण उगाना पड़ता है। यह नुकसान प्रकृति एवं मानव जनित होते हैं और लगातार समय अंतराल में सीमातं एवं छोटे किसानों को बुटी तरह प्रभावित करते हैं। इसके के कारण किसान कम जोखिम वाली फसलों को उगाना पसन्द करते हैं। इन फसलों का लाभ प्रतिशत काफी कम होता है। यदि खेती से आय बढ़ानी है तो उच्च मूल्य वाली फसलों के साथ जोखिम प्रबन्धन में पारंगत बनना होगा। साथ ही संभावित जोखिम का पूर्व में ही गिरफ्तरण करें। खेती में निम्न प्रकार के जोखिम होते हैं:

- » उत्पादन जोखिम
- » बाजार जोखिम
- » वितीय जोखिम
- » पर्यावरणीय जोखिम
- » उद्यमी दृष्टिकोण का अभाव
- » सामाजिक एवं ढाँचागत विकास सम्बन्धी

### जोखिम प्रबन्धन टूल्स :

जोखिम प्रबन्धन के लिए निम्न टूल्स का उपयोग किया जाना आवश्यक है।

फार्म एवं समुदाय आधार पर जोखिम प्रबन्धन के लिए कदम :

- » क्लाइमेट स्मार्ट एग्रीकल्चर को अपनायें
- » खेती में विविधता को अपनायें

फाइब्रेन्स आधारित जोखिम प्रबन्धन के लिए कदम

- » कृषि बीमा अपनायें।
- » मौसम आधारित बीमा अपनायें
- » कृषि ऋण एवं माइक्रो फाइब्रेन्स

मार्केट सम्बन्धी जोखिम प्रबन्धन के लिए कदम :

- » कान्टेक्ट फार्मिंग अपनायें
- » कमोडिटी एक्सचेन्ज अपनाये
- » वेयरहाउस सुविधाओं को अपनायें

सरकारी स्तर पर जोखिम प्रबन्धन के लिए कदम :

- » प्राकृतिक आपदा के लिए सहायता कार्यक्रम के साथ लिंकेज बढ़ायें
- » सामाजिक सुरक्षा की योजनाओं के साथ लिंकेज बढ़ायें

» खाद्यान्न के लिए जन वितरण प्रणाली से जुड़ें

जोखिम प्रतिक्रिया		विवरण	उदाहरण
		जोखिम से	
बचना/ नकारना	अनावश्यक जोखिम से बचने की कोशिश करें।	जैसे तकनीकी एवं ढाँचागत अभाव, लाइसेन्स का न कर पाना।	
स्थानान्तरण करना	जोखिम को थर्ड पार्टी को स्थानान्तरण कर दें।	जैसे बीमा करवायें।	
कम करना	जोखिम के प्रभाव को कम करें।	संगठनात्मक, प्रबन्धन, मानव कारक जैसे आपसी विवाद, कमज़ोर नेतृत्व एवं कमज़ोर कार्यशैली	
स्वीकार करना	जोखिम को स्वीकार करें।	कम जोखिम वाले कारकों को स्वीकार करें एवं आकर्षित करना। योजना में शामिल करें	
आकर्षित करना	आकर्षित जोखिम किसी भी प्रकार का हो सकता है। इसकी योजना बनायें।	आकर्षित प्लान तैयार करना एवं स्थानीय समुदाय में बॉटना।	
अवसर को			
बॉटे	अवसरों को बॉटे जिससे अधिकतम लोग इसका फायद ले सकें।	नई तकनीकी, सुविधायें आदि	
फायदा उठायें	आर्थिक, वितीय एवं बाजार का फायदा उठायें।	आर्थिक, वितीय एवं बाजार जैसे नये बाजार, व्याज दरों में बदलाव	
बढ़ायें	व्यवसायिक एवं रणनीतिक अवसरों को बढ़ायें।	व्यवसायिक एवं रणनीतिक अवसर जैसे पार्टनरशिप, पूँजी निवेश एवं नये प्रमोटर्स	
नकारें	राजनैतिक एवं पर्यावरणीय अवसरों को नकारें।	राजनैतिक एवं पर्यावरणीय नियमों में बदलाव के लिए गुटवाजी	





पतंजलि फैज़ विकास योगी

# अधिक जानकारी के लिए, कृपया संपर्क करें

पतंजलि जैविक अनुसंधान संस्थान

कृषि अनुसंधान परिसर

पतंजलि फैज़ 2 के पास, हरिद्वार-रुड़की हाई-वे, हरिद्वार - 249405

🌐 [www.patanjalifarmersamridhi.com](http://www.patanjalifarmersamridhi.com) ☎ 08275999999

✉ pfsp.pori@gmail.com