

यह आलेख सामान्य अध्ययन प्रश्न पत्र-3 (भारतीय अर्थव्यवस्था, कृषि) के लिए महत्वपूर्ण है।

बुनियादी ढांचे की समस्याओं को लेकर प्रमुख मूल्य वृद्धि

टमाटर और प्याज में अचानक कीमत बढ़ोतरी एक बार फिर सामने आ खाड़ी हुई है जो कि कृषि विपणन और वितरण के साथ गलत है। टमाटर की खुदरा कीमतें कम हो गई हैं, जबकि प्याज के थोक मूल्यों में महाराष्ट्र में एक ही दिन में 10 रुपये तक की बढ़ोतरी हुई है और यह 2,200 क्विंटल तक जा पहुंचा है। केवल तीन महीने पहले, महाराष्ट्र में प्याज उत्पादक (सबसे बड़ा उत्पादक) और मध्य प्रदेश अपने रबी फसल में देरी होने की वजह से 500 रूपए क्विंटल प्राप्त कर रहे थे और वास्तव में वे इस बात से चिंतित थे की उन्हें कम से कम 1,000 क्विंटल क्यों नहीं मिल रहा है। जून में अहमदनगर जिले में शुरू हुआ आंदोलन जो पश्चिमी मध्य प्रदेश तक फैल गया, वास्तव में उस आंदोलन की जड़ें प्याज की कीमतों से सम्बंधित थी। अब, कर्नाटक और आंध्र प्रदेश में बारिश के कमी के कारण प्याज की असफल खरीफ फसल होने की वजह से इस महीने बाजार में कम आने की संभावना है। फिर भी, यह विश्वास करना मुश्किल है कि अति उत्साह की स्थिति इतनी तेजी से एक अखिल भारतीय कमी में बदल सकती है, इस तथ्य के बावजूद कि मध्यप्रदेश सरकार ने किसानों की चिंताओं को ध्यान में रखते हुए पांच लाख टन रबी की खरीद की है। लगभग 20 मिलियन टन का कुल वार्षिक प्याज उत्पादन, लगभग तीन मौसमों में उगाया जाता है, एक महत्वपूर्ण अनुपात के सन्दर्भ में महाराष्ट्र और मध्य प्रदेश में पैदा होने वाली रबी फसल का हिस्सा है। इसलिए, पहली नजर में, प्याज में मौजूदा कीमत पूरी तरह से दक्षिणी भारत से आपूर्ति में कमी की वजह से नहीं समझायी जाती है या अत्यधिक बारिश के कारण गुजरात और राजस्थान में संग्रहीत फसल को संभावित नुकसान से उस मामले के लिए। प्याज, देश भर में व्यापक रूप से उपयोग किए जाने वाले फसलों में से एक है, लेकिन चयनित क्षेत्रों में ही इसकी वृद्धि हो सकती है, जो उपभोक्ता भावना को अस्थिर करती है, यहां तक कि चुनावों में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकती है। इसलिए यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी की केंद्र को इस संबंध में जागरूक होने की आवश्यकता है

इन घटनाक्रमों पर निश्चित तौर पर ध्यान दिया जाना चाहिए कि नीति घोषणाओं में कमी और देरी होने के साथ साथ इस मुद्दे के बुनियादी ढांचे के क्या क्या बदलाव लाने की आवश्यकता है। हालांकि अधिकांश राज्यों ने अपने एपीएमसी कानूनों को संशोधित किया है, विकेन्द्रीकृत बाजारों को आगे आने के लिए और किसानों को कमीशन एजेंटों के नियंत्रण से बाहर निकालने में सक्षम बनाने की अनुमति दी है, कई राज्यों में वैकल्पिक बाजार संरचना अभी तक खुद को स्थापित नहीं कर पाई है जबकि ई-एनएएम (इलेक्ट्रॉनिक रूप से जुड़े राष्ट्रीय कृषि बाजार), सिद्धांत रूप में, विखंडित बाजारों में मूल्य की खोज को सक्षम कर सकते हैं, लेकिन इसके कार्यान्वयन को अभी तक गति प्राप्त नहीं हुई है।

यह दिलचस्प है कि मूल्य स्थिरीकरण कोष, मार्च 2015 में एक परिक्रामी निधि के रूप में बनाया गया था जिसमें केंद्र और राज्य समान रूप से योगदान करेंगे, नहीं देखने को मिला और न ही सुनने को मिला। साथ ही देखा जाये तो नाफेड (छाथ्व) में भी इस तरह कि कोई भूमिका नहीं दिखी है, जिसका जनादेश बागवानी की कीमतों को स्थिर करना है, अभी तक जमीन स्तर पर कार्य करते हुए नहीं दिखा है। निश्चित तौर पर केन्द्रों को राज्यों के साथ समन्वय में मौजूदा संस्थागत तंत्र को बढ़ाए जाने के लिए समय चाहिए।

संबंधित तथ्य

ई-नाम

- राष्ट्रीय कृषि बाजार (ई-नाम) एक पैन-इंडिया इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल है जो कृषि से संबंधित उपजों के लिए एक एकीकृत राष्ट्रीय बाजार का निर्माण करने के लिए मौजूदा ए.पी.एम.सी मंडी का एक प्रसार है।
- ई-नाम पोर्टल सभी ए.पी.एम.सी से संबंधित सूचना और सेवाओं के लिए सिंगल विंडो सेवा प्रदान करता है। इसमें अन्य सेवाओं के बीच उपज के आगमन और कीमतों, व्यापार प्रस्तावों को खरीदने और बेचने, व्यापार प्रस्तावों पर प्रतिक्रिया के लिए प्रावधान शामिल हैं। जब सामग्री प्रवाह (कृषि उपज) मंडी के माध्यम से होना आरंभ होता है, तो ऑनलाइन बाजार से लेन-देन संबंधित व्यय और जानकारी असममिति कम होती है।

ई-नाम के उद्देश्य

- विनियमित बाजार में पारदर्शी विक्रय सुविधा और मूल्य खोज के लिए राष्ट्रीय ई-बाजार मंच प्रारंभ से ही है। अपनी राज्य कृषि विपणन बोर्ड/ए.पी.एम.सी के द्वारा ई-व्यापार के विज्ञापन के लिए इच्छुक राज्य अपनी ए.पी.एम.सी अधिनियम में तदनुसार उपयुक्त प्रावधानों को पूरा करते हैं।
- बाजार यार्ड में भौतिक उपस्थिति या दुकान/परिसर के कब्जे के किसी पूर्व शर्त के बिना राज्य के अधिकारियों द्वारा व्यापारियों/खरीदारों और कमीशन एजेंटों की लिबरल लाइसेंस।

- व्यापारी का एक लाइसेंस राज्य भर के सभी बाजारों में मान्य रहेगा।
- कृषि उपज की गुणवत्ता मानकों के अनुरूप और खरीददारों द्वारा सूचित बोली सक्षम करने के लिए प्रत्येक बाजार में परख करने की क्रिया के लिए (गुणवत्ता परीक्षण) मूलभूत सुविधाओं का प्रावधान। सामान्य व्यापार के लिए गुणवत्तियों को अब तक 25 उपजों के लिए विकसित किया गया है।
- बाजार शुल्क एकत्र करने के एक स्तर, अर्थात् किसान के पहले थोक खरीद पर।
- किसानों का दौरा सुविधा के लिए मंडी में ही इस सुविधा का उपयोग करने के लिए चयनित मंडी में/ या नजदीक मिट्टी परीक्षण प्रयोगशालाओं का प्रावधान। सुश्री नागार्जुन फर्टिलाइजर्स और केमिकल्स लिमिटेड रणनीतिक साथी (एस.पी) है, जो विकास, परिचालन और प्लेटफॉर्म का रखरखान करने के लिए जिम्मेदार है। रणनीतिक साथी की मुख्य भूमिका बहुत ही व्यापक है और इसमें सॉफ्टवेयर बनाना, ई-नाम के साथ एकीकृत होने के इच्छुक राज्यों में मंडियों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए इसे अनुकूल बनाना और मंच पर चलाना शामिल है।

नफेड (NAFED)

- भारतीय राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन संघ मर्यादित (National Agricultural Cooperative Marketing Federation of India/NAFED/नेफेड) भारत की बहु-राज्य सहकारी सोसायटीज अधिनियम के अंतर्गत पंजीकृत सहकार। सहकारी संस्था है। इसकी स्थापना गांधी जयंती के पावन अवसर पर 2 अक्टूबर, 1958 को की गई थी। नेफेड की स्थापना कृषि उत्पादों के सहकारी विपणन को बढ़ाने के लिए की गई थी ताकि किसानों को लाभ मिल सके। नेफेड के सदस्य प्रमुख रूप में किसान हैं जिन्हें नेफेड के क्रियाकलापों में सामान्य निकाय के सदस्यों के रूप में विचार प्रकट करने तथा नेफेड के संचालन कार्यों में सुझाव देने का अधिकार है एवं उनका बहुत महत्व है।
- नेफेड के प्रमुख उद्देश्यों में कृषि, उद्यान कृषि एवं वन उत्पाद का विपणन, संसाधन, भण्डारण की व्यवस्था करना, उन्नयन और विकास करना, कृषि यंत्रों, उपकरणों एवं अन्य प्रकार के उपकरणों का वितरण करना, अंतर्राज्यीय, राज्यांतर्गत, यथास्थिति थोक या खुदरा आयात-निर्यात व्यापार करना, भारत में इसके सदस्यों एवं सहकारी विपणन, संसाधन एवं संभरण समितियों के उन्नयन एवं कृषि के लिए कृषि उत्पादन में सहायता और तकनीकी परामर्श देने का कार्य करना है।
- उद्देश्य : उत्पादकों को बेहतर कीमतें उपलब्ध कराने के लिए राज्य महासंघों, प्राथमिक सहकारी विपणन सोसाइटियों आदि के माध्यम से कृषि उपज के विपणन में उसके व्यापार की गतिविधियों में बढ़ोतरी करने के लिए नेफेड की वित्तीय स्थिति को मजबूत बनाना।
- मुख्य विशेषताएं: यह योजना मूल्य समर्थन संचालनों, बाजार में हस्तक्षेपों, वाणिज्यिक खरीदें करने के लिए नेफेड को सक्षम भी बनाती है। यह नेफेड को आंतरिक रूप से तथा निर्यात को बढ़ावा देने, दोनों के लिए बाजार में सहायता प्रदान करने में एक प्रभावी भूमिका निभाने में मदद करती है।

मूल्य स्थिरीकरण कोष

- केंद्रीय कृषि मंत्रालय ने मूल्य स्थिरीकरण कोष (price stabilisation fund) की स्थापना को 29 मार्च 2015 को मंजूरी दी। इसकी घोषणा जुलाई 2014 के बजट में की गई थी।
- कृषि व सहकारिता विभाग ने जल्द खराब होने वाले कृषि-बागवानी उत्पादों के मूल्य नियंत्रण के लिए बाजार हस्तक्षेप का समर्थन करने के उद्देश्य से केंद्रीय क्षेत्र योजना के रूप में 500 करोड़ रुपए के मूल्य स्थायीकरण कोष (पीएसएफ) को मंजूरी दी।
- इस कोष का इस्तेमाल राज्य सरकारों व केंद्रीय एजेंसियों को ब्याज मुक्त अग्रिम ऋण देने में किया जाएगा। इससे कृषि-बागवानी उत्पादों की खरीद और इनके वितरण की कोशिश पर होने वाले अन्य खर्चों और कार्यशील पूंजी के लिए धन मिलता रहेगा। इस उद्देश्य को पूरा करने के लिए राज्य रिवाल्विंग फंड बनाएंगे जिसमें केंद्र और राज्य सरकारें बराबर (50:50) का योगदान करेंगी। हालांकि उत्तर-पूर्व के राज्यों द्वारा बनाए जाने वाले कोष में केंद्र-राज्य के अंशदान का अनुपात 75:25 होगा।
- सरकारी बयान के अनुसार राज्य सरकारें भविष्य में की जाने वाली किसी पहल को अपने स्तर पर पूरा करने में सक्षम हों सके इसके लिए ही इस कोष के गठन की योजना बनाई गई। हालांकि केंद्रीय एजेंसियां अपने कोष को पूरी तरह से केंद्र से मिले अग्रिम रकम से ही बनाएंगी। इसके तहत कृषि-बागवानी उत्पादों को खेत/मंडी में सीधे किसानों या किसान संगठनों से खरीदकर उपभोक्ताओं को उचित मूल्य पर उपलब्ध कराया जाएगा। शुरू में इस कोष को केवल प्याज और आलू के लिए ही इस्तेमाल किया जाएगा। यदि कोई नुकसान होता है तो उसे केंद्र और राज्य सरकारें मिलकर वहन करेंगी।

एपीएमसी मॉडल एक्ट, 2017

- प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का सपना है कि वर्ष 2022 तक किसानों की आय को दोगुना किया जाए। इस हेतु तीन स्तरों पर कार्य करने की आवश्यकता है। प्रथम, उत्पादन लागत में कमी तथा उत्पादकता में वृद्धि, द्वितीय कृषि आधारित कुटीर उद्योगों एवं क्रिया-कलापों को प्रोत्साहन, तृतीय तथा सबसे महत्वपूर्ण विपणन हेतु प्रतिस्पर्धी बाजार का सृजन।
- पूरे देश में कृषि बाजार 'राज्य कृषि उत्पाद बाजार कमेटी' (State Agriculture Produce Market Committee) द्वारा विनियमित होते हैं। बाजार पर सरकार के नियंत्रण ने प्रतिस्पर्धी बाजार के सृजन को बाधित करता है। कृषि बाजारों पर सरकारी एकाधिकार को खत्म करने एवं किसानों की उपज का बेहतर मूल्य दिलाने हेतु नए बाजार नियमों की आवश्यकता को देखते हुए कृषि मंत्रालय द्वारा 'मॉडल एक्ट ऑन एग्रीकल्चर मार्केटिंग' लाया जा रहा है।
- 24 अप्रैल, 2017 को कृषि विपणन की जरूरतों को देखते हुए कृषि मंत्रालय द्वारा मॉडल एपीएमसी एक्ट (Model APMC Act), 2017 की घोषणा की गई।
- इस लागू करने के लिए राज्य सरकारों को भेज दिया गया है।

इस एक्ट के मुख्य प्रावधान इस प्रकार हैं-

- किसी भी क्षेत्र में कृषि उत्पादों के लिए नए बाजारों की स्थापना हेतु वैध व्यक्तियों, उत्पादकों एवं स्थानीय अधिकारियों को आवेदन करने की अनुमति (मौजूदा कानून के तहत केवल राज्य सरकार के पहल पर ही नए बाजार की स्थापना संभव है)।
- किसी एक बाजार क्षेत्र के अंतर्गत एक से अधिक बाजार स्थापित किए जा सकते हैं।
- उत्पादकों को अपनी उपज कृषि उत्पाद बाजार समिति (APMC) द्वारा नियंत्रित मौजूदा बाजारों के माध्यम से ही बेचने की बाध्यता खत्म।
- मौजूदा बाजारों के अतिरिक्त विशिष्ट कृषि उत्पाद हेतु अलग 'विशेष कमांडिटी बाजार' की स्थापना।
- 'सविदा कृषि' (Contract Farming) के प्रायोजकों (Sponcers) के लिए नामांकन अनिवार्य (इस हेतु एक नया अध्याय जोड़ा गया है)।
- किसी भी बाजार क्षेत्र में अधिसूचित कृषि जिनसे की बिक्री पर बाजार शुल्क की वसूली का प्रावधान राज्य सरकार के विवेकाधीन रखा गया है।
- एक या एक से अधिक बाजार क्षेत्रों में काम करने के लिए, बाजार अधिकारियों को लाइसेंस देने या उनका पंजीकरण करने हेतु समयबद्ध प्रक्रिया का निर्धारण किया गया है।
- राज्य सरकारों को, किसी भी कृषि उत्पाद को बाजार शुल्क से मुक्त घोषित करने का, अधिकार दिया गया है।
- राज्य कृषि बाजार बोर्ड (State Agricultural Marketing Board) को किसानों को बाजार-आधारित सेवाएं प्रदान करने हेतु, बोर्ड में एक अलग 'विपणन विस्तार सेल' और अधिसूचित कृषि उत्पादों के वर्गीकरण, मानकीकरण और गुणवत्ता प्रमाणन हेतु एक विपणन मानक ब्यूरो (Marketing Standards Bureau) की स्थापना का उत्तरदायित्व दिया गया है।

कृषि उत्पाद बाजार समिति (APMC) को निम्न उत्तरदायित्व दिए गए हैं-

1. बाजार क्षेत्र में होने वाले लेन-देन एवं मूल्य निर्धारण प्रणाली में पारदर्शिता सुनिश्चित करना।
2. किसानों को बाजार आधारित सेवाएं प्रदान करना।
3. यह सुनिश्चित करना कि बेचे गए उत्पाद के लिए किसानों को भुगतान उसी दिन हो जाए।
4. बिक्री के लिए बाजार में आए कृषि उत्पादों एवं उनके मूल्यों का प्रकाशन करना।
5. कृषि बाजारों के प्रबंधन में सार्वजनिक-निजी भागीदारी को बढ़ावा देना।

संभावित प्रश्न

सरकार ने कृषि के क्षेत्र में सुधार करने के लिए कई महत्वपूर्ण कदम उठाए हैं। लेकिन इसके बावजूद यह कृषि के बुनियादी ढांचे, कृषि उपज के विस्तार और इसके विविधता के निर्माण में नाकाम रहा है इसलिए मौजूदा नीतियों में इसका आधुनिकीकरण जरूरी है। इस कथन का विश्लेषण कीजिये।