

कृषी विपणनाच्या समस्या व उपाययोजना

डॉ. तुकाराम वैजनाथराव पोवळे

सहाय्यक प्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग,

कै. बाबासाहेब देशमुख गोरटेकर कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय, उमरी,
ता. उमरी, जि. नांदेड (महाराष्ट्र)

प्रस्तावना :

शेती व्यवस्थापनात अनेक अनिश्चितता आहेत. जोपर्यंत शेतमाल हाती येत नाही तोपर्यंत किती उत्पादन होईल या विषयी निश्चितपणे सांगता येत नाही. परंतु ही अनिश्चितता इथेच संपत नाही. शेतीचे उत्पादन कोणत्या किंमतीला विकले जाईल, त्यासाठी कोणती बाजारपेठ उपलब्ध होईल, बाजारपेठेतील प्रथा कशा असतील अशा अनेक प्रकारच्या अनिश्चितता निर्माण होतात. म्हणजे शेतकऱ्यांच्या दृष्टिने केवळ चांगले उत्पादन होणेच पुरेसे नाही तर त्याची योग्य प्रकारे विक्री होणे हे देखील महत्त्वाचे आहे. शेतमालाच्या विक्री संबंधी ज्या समस्या आहेत त्या समस्यांचे अध्ययन कृषी विपणनात केले जाते.



Global Online Electronic International Reserch Journal's licensed Based on a work at <http://www.goeiirj.com>

सामान्यतः बाजारपेठ या शब्दाचा अर्थ खरेदी-विक्रीची जागा असा घेतला जातो. अर्थशास्त्रात हा अर्थ पुरेसा नाही तर वस्तूच्या उत्पादनापासून उपभोगापर्यंत होणाऱ्या क्रिया विपणन प्रक्रियेत समाविष्ट केल्या जातात. शेतमालाच्या विपणनाचा प्रश्न वेगळेपणाने अभ्यासण्याची गरज आहे. शेतमाल वर्ग हा असंघटीत असतो. त्यांना शेतमाल त्वरीत विकण्याची गरज असते. संघटीत अशा व्यापारी वर्गाशी त्यांचा संबंध येतो. त्याचबरोबर विक्री करतांना अनेक मध्यस्थांना तोंड द्यावे लागते. अशा परिस्थितीमूळे शेतमालाच्या विपणनाचा स्वतंत्रपणे अभ्यास करणे गरजेचे आहे. भारतात शेतीच्या उत्पादन व उत्पादकतेत वाढ झालेली असतांना देखील भारतीय शेतकरी आत्महत्या करत आहेत. त्याच सर्वात महत्त्वाचे कारण म्हणजे शेतमालाला योग्य किंमत न मिळणे हे होय.

'शेतमाल विपणन व्यवस्था म्हणजे शेतीपासून अंतिम उपभोक्त्यांपर्यंत अन्नधान्यांची व शेतीतून निघणाऱ्या कच्च्या मालाची पाठवणी करण्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या सर्व क्रिया होय.' भारतीय कृषी व्यवस्थेत उत्पादन, प्रक्रिया व विपणन हे तीन महत्त्वाचे आधारस्तंभ आहेत. कार्यक्षम विपणन व्यवस्थेमूळे शेतमाल उत्पादकांचा तसेच ग्राहकांचा देखील फायदा होतो. परंतु आज देखील भारतातील शेतमाल विपणन व्यवस्था पूर्णपणे विकसीत झालेली नाही. शेतकऱ्यांना शेतमालाची किंमत टरविता येत नाही. भारतातील शेतकरी आपला शेतमाल अनेक प्रकारे विकतो. लहान खेड्यातील बहुतेक शेतकरी आपला शेतमाल त्या खेड्यातील सावकारालाच विकतात. त्याच बरोबर आठवडा

बाजारात देखील शेतमालाची विक्री केली जाते. तसेच जवळच्या मोठ्या शहरातील बाजारात दलालांमार्फत आपल्या शेतमालाची विक्री शेतकरी करतात.

भारतातील सर्वसामान्य शेतकरी अतिशय गरीब, निरक्षर व अज्ञानी असून त्यांची जमीन धारणशक्ती अल्प आहे. त्यांच्याकडे खेड्यात शेतमाल साठवून ठेवण्याच्या पुरेशा सोई नाहीत. ज्या आहेत त्यात अनेक दोष आहेत. त्यामूळे १० ते १५ टक्के उत्पादनाचा नाश होतो. त्याचबरोबर उत्पादन झाल्याबरोबर विक्री करावी लागत असल्यामूळे मोठ्या प्रमाणात तोटा सहन करावा लागतो. ग्रामीण भागातील रस्त्यांची स्थिती अतिशय वाईट असल्याने व दळणवळणाच्या साधनांच्या अपुरेपणामूळे मोठ्या शेतकऱ्यांना देखील आपला शेतमाल मोठ्या शहरात विक्रीसाठी पाठवता येत नाही. बैलगाडीतून शेतमालाची वाहतूक करावी लागते. ही पद्धती गैरसोईची, खर्चिक व विलंबकारी ठरली आहे.

बहुतेक बाजारातील वातावरण शेतकऱ्यांसाठी प्रतिकूल आहे. शेतकऱ्यांना दलालांमार्फत विक्री व्यवहार करावे लागतात. दलालांचे घाऊक व्यापाऱ्यांशी संगनमत होईपर्यंत शेतमालाची मोठ्या प्रमाणात नासधूस होते. दलाल व व्यापारी संगनमत करून कमी किंमतीला शेतमालाची खरेदी करतात. त्यामूळे शेतकऱ्यांना तोटा सहन करावा लागतो. धार्मिक व सामाजिक देणग्या शेतकऱ्यांकडून वसूल केल्या जातात. वजन-मापांच्या बाबातीत देखील शेतकऱ्यांची फसवणूक केली जाते. शेतकरी निरक्षर असल्याने किंमतीतील चढ-उतारांची माहिती त्याला मिळत नाही. शेतमालाच्या विक्रीसाठी दलालांवरच अवलंबून राहावे लागते. शेतमाल विपणनांमध्ये मध्यस्थांची मोठी साखळी आहे. त्यामुळे अंतिम ग्राहक शेतमालासाठी जी किंमत देतो त्यापैकी फार थोडा भाग शेतकऱ्यास मिळतो.

विपणन ही संकल्पना सर्वस्पर्शी आहे. विपणनाचे महत्त्व ग्राहक, शेतकरी तसेच समाजाच्या दृष्टिकोनातून विचारात घेतले जाते. शेतकऱ्यांना शेती पिकाविषयाचे ज्ञान असते परंतु शेतमाल विक्री करण्याची ज्ञान असेलच असे नाही. म्हणून कोणते शेती उत्पादन घ्यावे यापेक्षा बाजारात कोणत्या मालाला व किती दराने मागणी राहिल याचा अंदाज घेणे महत्त्वाचे ठरते. सध्या उत्पादीत केलेल्या शेतमाल बाजारपेठेत कसा, कधी व किती विक्री करावा ही समस्या प्रामुख्याने डोकेदुखी ठरत आहे. विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करतांना नॅशनल असोसिएशन ऑफ मॅन्येज्मंट यांच्या मते, "विपणनाशिवाय शेती व इतर व्यवसाय होवू शकत नाहीत. म्हणूनच शेतमाल विपणनाचा अभ्यास हा समाज, शेतकरी, उपभोक्ता व अर्थव्यवस्था या सर्वांच्या दृष्टिकोनातून महत्त्वाचा आहे."

प्रस्तुत संशोधनामध्ये नांदेड जिल्ह्यातील कृषी उत्पादीत मालाच्या विपणनाच्या समस्यांचा अभ्यास करण्यात आला आहे. नांदेड जिल्ह्यातील एकूण १६ तालुक्यातील प्रत्येक तालुक्यातील दोन गावांमधून प्रत्येकी १० याप्रमाणे

एकूण ३२० शेतकऱ्यांच्या प्रश्नावलीच्या साहाय्याने माहिती संकलीत करून अभ्यास करण्यात आला आहे. या प्रश्नावलीतील माहिती करीता सन २०२०-२१ या वर्षाचा कालावधी निवडण्यात आला आहे. याच्या माध्यमातून शेत मालाच्या विपणन व्यवस्थेत शेतकऱ्यांना ज्या समस्या येतात त्याचा प्रश्नावलीच्या साहाय्याने अभ्यास करून त्या अनुषंगाने काही निष्कर्ष काढण्यात आले असून कार्यक्षम विपणन व्यवस्थेसाठी काही उपाययोजना सुचविण्यात आल्या आहेत.

निष्कर्ष :

- प्रस्तुत संशोधनात करण्यात आलेल्या अभ्यासातून जे निष्कर्ष समोर आले आहेत ती पुढीलप्रमाणे.
- नांदेड जिल्ह्यामध्ये अभ्यास कालावधीदरम्यान कापूस पिकाखालील क्षेत्राचे प्रमाण कमी होऊन एकूण तेलबियांच्या पिकाखालील क्षेत्रात मोठ्या प्रमाणात वाढ झालेली आढळून येते. अभ्यास कालावधीदरम्यान एकूण अन्नधान्याचे प्रमाण सर्वाधिक असून त्यातही एकूण कडधान्याचे प्रमाण आहे. यावरून नांदेड जिल्ह्यातील पिकरचनेमध्ये मोठे बदल होऊन मोठ्या प्रमाणात तेलबीया पिकाखालील क्षेत्राचे प्रमाण त्यातही प्रामुख्याने सोयाबीन पिकाखालील क्षेत्रामध्ये वाढ होतांना आढळून येते.
 - नांदेड जिल्ह्यातील विविध पिकांच्या एकूण उत्पादनाचा अभ्यास करता असे दिसून येते की, एकूण उत्पादनामध्ये एकूण अन्नधान्याच्या उत्पादनाचे प्रमाण सर्वाधिक आहे. त्यामध्ये सन २०११-१२ ते २०२०-२१ पर्यंत एकूण तृणधान्याचे प्रमाण सर्वाधिक होते. परंतु सन २०११-२० पासून कडधान्याच्या उत्पादनात वाढ झालेली आढळून येते. एकूण तृणधान्यामध्ये ज्वारी पेक्षा गहू तर कडधान्यामध्ये तूरी पेक्षा हरभरा या पिकाच्या उत्पादनात बदल झालेला आढळून येतो. तेलबीयामध्ये मात्र सोयाबीन या पिकाच्या उत्पादनामध्येच बदल झालेला आढळून येत नाही. ऊस तसेच कापूस या पिकांच्या उत्पादनामध्ये मात्र चढ-उतार झालेले आढळून येतात.
 - नांदेड जिल्ह्यामध्ये एकूण १७ कृषी उत्पन्न बाजार समित्या असून अर्धापूर वगळता सर्व तालुक्यांमध्ये १ तर देगलूर व बिलोली तालुक्यामध्ये २ कृषी उत्पन्न बाजार समित्या आहेत. जिल्ह्यात नांदेड, मुदखेड, हदगांव, हिमायतनगर, माहूर, भोकर, उमरी, धर्माबाद, बिलोली, कुंडलवाडी, नायगांव, देगलूर, हनेगांव, मुखेड, कंधार व लोहा या ठिकाणी कृषी उत्पन्न बाजार समित्या आहेत.
 - नांदेड जिल्ह्यामध्ये एकूण १८३ गोदामांची व्यवस्था असून यापैकी १६१ गोदामे सहकार क्षेत्रातील, ४८ शासकीय गोदामे तर १२ वखार महामंडळाची गोदामे उपलब्ध आहेत.

५. अभ्यासाकरीता निवडलेल्या शेतकऱ्यांनी आपल्या शेतीमध्ये घेतलेल्या पिकांचा आढावा घेतला असता असे दिसून येते की, सर्वाधिक २०० शेतकऱ्यांनी सोयाबिन व कापूस ही पिके घेत असल्याचे दिसून आले तर त्याखालोखाल ५० शेतकऱ्यांनी उडीद व मुग, ऊस व केळी हे पिके ४५ शेतकऱ्यांनी तर २५ शेतकऱ्यांनी इतर पिके घेत असल्याचे दिसून आले आहे. यावरून असे दिसून येते की, नांदेड जिल्ह्यातील सर्वाधिक शेतकरी सोयाबीन हे व्यापारी पीक घेतांना आढळून येतात.
६. नांदेड जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांच्या शेतमाला विक्रीबाबतचा अभ्यास केला असता असे दिसून येते की, गावात, आठवडी बाजातरात, कृषी उत्पन्न बाजार समिती व इतर ठिकाणी अनुक्रमे २५ टक्के, ३० टक्के, ४०.६२ टक्के आणि ०४.३८ टक्के शेतकरी शेतमालाची विक्री करतात. सर्वात जास्त ४०.६२ टक्के शेतकरी शेतमालाची विक्री कृषी उत्पन्न बाजार समितीत करतात तर सर्वात कमी ४.३८ टक्के शेतकरी इतर ठिकाणी शेतमालाची विक्री करतांना आढळून येतात.
७. नांदेड जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांचा कृषी उत्पादित मालाच्या किंमत निश्चितीतील सहभाग व किंमत निश्चितीच्या पध्दतीचा अभ्यास केला असता त्यावरून असे दिसून येते की, १२.५० टक्के शेतकरी शेतमालाची किंमत स्वतः ठरवितात तर ८७.५० टक्के शेतकऱ्यांना स्वतःच्या शेतमालाची किंमत ठरविता येत नाही. ६.२० टक्के शेतकऱ्यांना शेतमालाची किंमत ठरवितांना सहभागी करून घेतले जात होते तर ९३.८० टक्के शेतकऱ्यांना किंमत ठरविण्यात सहभागी करून घेतले जात नव्हते.
८. शेतमालाची किंमत निश्चित करण्यासाठी लिलाव पध्दतीचा वापर केला जातो असे ४६.८८ टक्के शेतकऱ्यांचे मत आहे तर त्याखालोखाल ३१.२५ टक्के शेतकऱ्यांनी ढीग पध्दत, १२.५ टक्के शेतकऱ्यांनी रुमाल पध्दत तर ९.३७ टक्के शेतकऱ्यांनी इतर पध्दतीने किंमत ठरविण्यात येते असे मत व्यक्त केले आहे. परिणामतः शेतकरी स्वतः शेतमालाची किंमत ठरवत नसल्यामुळे व त्यांचा किंमत निश्चितीत सहभाग नसल्यामुळे शेतकऱ्यांना शेतमालाची योग्य किंमत मिळत नाही. व्यापारी वर्ग स्वतः मालाची किंमत ठरवतात त्यामुळे शेतकऱ्यांच्या मालाला योग्य किंमत मिळत नाही.
९. नांदेड जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांना मिळणारे उत्पन्न, देणगी व पैसे मिळण्याचा कालावधी यांचा अभ्यास केला असता असे दिसून येते की, सर्वाधिक म्हणजे ८१.२५ टक्के शेतकरी शेतमालाची विक्रीपासून मिळणाऱ्या उत्पन्नाबाबत समाधानी नाहीत तर फक्त १८.७५ टक्के शेतकरीच विक्रीपासून मिळणाऱ्या उत्पन्नाबाबत समाधानी आहेत. ५६.२५ टक्के शेतकऱ्यांच्या मते विक्रीपासून मिळणाऱ्या उत्पन्नावर देणग्या आकारल्या जातात तर ४३.७५ टक्के शेतकऱ्यांच्या मते देणग्या आकारल्या जात नाहीत. व्यापारी वर्ग देणग्यांच्या नावाखाली शेतकऱ्यांच्या रक्कममध्ये कपात करतात.

१०. नांदेड जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांना शेतमाल विक्रीपासून मिळणारी रक्कम ३७.५० टक्के शेतकऱ्यांना दुसऱ्या दिवशी, ३१.२५ टक्के शेतकऱ्यांना आठ दिवसांनी, २५ टक्के शेतकऱ्यांना त्याच दिवशी तर ६.२५ टक्के शेतकऱ्यांना इतर कालावधीनंतर मिळते म्हणजेच सर्वात अधिक ३७.५० टक्के शेतकऱ्यांना शेतमाल विक्रीची रक्कम दुसऱ्या दिवशी मिळते. परिणामतः शेतकऱ्यांना मिळणारा मोबदला हा लवकर मिळत नसल्यामुळे त्यांना आर्थिक अडचणींना सामोरे जावे लागत असल्याचे दिसून येते.
११. अभ्यास क्षेत्रातील शेतकऱ्यांकडील वाहतूक साधनांची उपलब्धता व प्रकाराबाबत माहितीचा अभ्यास केला असता त्यावरून असे दिसून येते की, सर्व शेतकऱ्यांकडे शेतमाल वाहतूक करण्यासाठी वाहतूक साधने उपलब्ध आहेत. पिकअप आणि टेम्पो या साधनांचा प्रत्येकी ३४.३८ टक्के शेतकऱ्यांनी वापर केला आहे. त्याखालोखाल २५.०० टक्के शेतकऱ्यांनी बैलगाडी तर ०६.२५ टक्के शेतकऱ्यांनी इतर साधनांचा वापर केल्याचे दिसून येते.
१२. अभ्यास क्षेत्रातील शेतकऱ्यांकडे उपलब्ध असलेल्या शेतमालाच्या वाहतूकीच्या साधनांचा अभ्यास करता असे दिसून येते की, शेतमालाची वाहतूक करण्यासाठी सर्वाधिक ८४.३८ टक्के शेतकऱ्यांना खाजगी मालकीची वाहतूक साधने उपलब्ध आहेत. तर १५.६२ टक्के शेतकऱ्यांकडेच स्वतःच्या मालकीची वाहतूक साधने उपलब्ध आहेत.
१३. अभ्यासासाठी निवडलेल्या एकूण शेतकऱ्यांपैकी ५० टक्के शेतकऱ्यांचा वाहतूकीवर ५ टक्के खर्च करावा लागतो तर ३४.३८ टक्के शेतकऱ्यांना १० टक्के, १४.०६ टक्के शेतकऱ्यांना १५ टक्के आणि १.५६ टक्के शेतकऱ्यांना यापेक्षा जास्त खर्च येत असल्याचे दिसून आले आहे. यावरून असे दिसून येते की, स्थानिक पातळीवर शासकीय किंवा सहकारी तत्वावर कृषी मालाची खरेदी केली जात नाही. त्यासाठी शेतकऱ्यांना तालुक्याच्या किंवा जिल्ह्याच्या ठिकाणी आपला शेतमाल विक्रीसाठी न्यावा लागतो. त्यामुळे शेतमाल वाहून नेण्यासाठी लागणारा खर्च शेतकऱ्यांना जास्त येतो. अर्थातच त्यामुळे त्यांना मिळणाऱ्या किंमतीतून वाहतूक खर्च वजा जाता त्याचा परिणाम शेती उत्पन्नावर होतो.
१४. नांदेड जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांची साठवणूकगृहांची उपलब्धता व मालकीबाबत माहिती घेतली असता त्यावरून असे दिसून येते की, सर्वाधिक ८७.५० टक्के शेतकऱ्यांनी शेतमालाची साठवणूक करण्यासाठी साठवणूक गृह उपलब्ध नाहीत असे मत नोंदवले आहे तर १२.५० टक्के शेतकऱ्यांनी साठवणूक गृहे उपलब्ध आहेत असे म्हटले आहे. त्यापैकी शेतकऱ्यांच्या मालकीची १.५६ टक्के तर १०.९४ टक्के खाजगी मालकीची साठवणूकगृह उपलब्ध आहेत. सहकारी मालकीचे साठवणूक गृह उपलब्ध नाही असे मत शेतकऱ्यांनी नोंदवलेले आहे. म्हणून शासन स्तरावर मोठ्या प्रमाणात साठवणूक गृहाची उपलब्धता होणे गरजेचे आहे

कारण ८७.५० टक्के शेतकऱ्यांना साठवणूक गृहांची उपलब्धता नाही व ज्यांना मिळते ती खाजगी स्वरूपाची आहे. त्यामुळे शेतकऱ्यांना आपला शेतमाल साठवून ठेवता येत नाही. परिणामतः कमी किंमतीमध्ये त्यांना आपला शेतमाल व्यापाऱ्यांना विकावा लागतो.

१५. अभ्यास क्षेत्रातील अभ्यासासाठी निवडलेल्या शेतकऱ्यांच्या साठवणूक करण्याच्या कालावधीबाबतचा अभ्यास केला असता त्यावरून असे दिसून येते की, सर्वाधिक ६२.५० टक्के शेतकरी आपल्या शेतमालाची साठवणूक करित नाहीत तर केवळ ३७.५० टक्के शेतकरी आपल्या शेतमालाची साठवणूक करित असल्याचे दिसून येते. ३७.५० टक्के शेतकऱ्यांपैकी ३१.२५ टक्के शेतकरी शेतमालास जास्त किंमत या अपेक्षेने आपल्या शेतमालाची नेहमी साठवणूक करित असतात तर ६.२५ टक्के शेतकरी कधीतरीच शेतमालाची साठवणूक करित असल्याचे दिसून येते. ६२.५० टक्के शेतकरी मात्र आपल्या मालाची साठवणूक कधीच करीत नाहीत हे दिसून येते.

१६. अभ्यास क्षेत्रातील केवळ ३१.२५ टक्के शेतकरीच शेतमालाची साठवणूक करित असल्यामुळे त्यांच्या शेतमालाला योग्य किंमत मिळते परंतु ६२.५ टक्के शेतकरी मात्र कधीच शेतमालाची साठवणूक करित नाहीत त्यामुळे बाजारपेठेत जी किंमत आहे ते स्विकारून त्यांनी आपला माल विक्री करित असल्याचे या माहितीवरून दिसून येते.

१७. अभ्यास क्षेत्रातील जे शेतकरी आपल्या शेत मालाची प्रतवारी व पॅकिंग करतात त्या प्रतवारी व पॅकिंगवर होणाऱ्या खर्चाचा अभ्यास केला असता त्यावरून असे दिसून येते की, जे शेतकरी आपल्या शेतमालाची प्रतवारी व पॅकिंग करतात त्यातील सर्वाधिक ४६.८७ टक्के शेतकऱ्यांना प्रतवारी व पॅकिंगवर १० टक्के खर्च होत असल्याचे दिसून येते तर त्याखालोखाल १८.७५ टक्के शेतकऱ्यांना १५ टक्के खर्च, १५.६२ टक्के शेतकऱ्यांना ५ टक्के आणि १८.७५ टक्के शेतकऱ्यांना त्यापेक्षा जास्त खर्च होत असल्याचे नोंदवले आहे. शेतमालाच्या प्रतवारी व पॅकिंगसाठी येणारा खर्च अधिक आहे. कारण शेतकऱ्यांना प्रतवारी व पॅकिंग करण्याबाबत माहिती उपलब्ध नाही. शेतकऱ्यांना कार्यशाळांच्या माध्यमातून प्रतवारी व पॅकिंग संबंधी प्रशिक्षण दिल्यास प्रतवारी व पॅकिंगवर येणारा खर्च कमी होण्यास मदत होऊ शकते.

१८. अभ्यास क्षेत्रातील शेतकऱ्यांच्या होणाऱ्या पिळवणुकीबाबतचा अभ्यास करता त्यावरून असे दिसून येते की, सर्वाधिक म्हणजे ८१.२५ टक्के शेतकऱ्यांची शेतमाल विक्री प्रक्रियेत पिळवणूक होते असे मत नोंदवले आहे तर १८.७५ टक्के शेतकऱ्यांच्या मते शेतमाल विक्री प्रक्रियेत पिळवणूक होत नाही. शेतमालाची विक्री करत असतांना होणाऱ्या पिळवणुकीचे प्रमाण फार मोठ्या प्रमाणात आहे. कारण शेतकऱ्यांचे अज्ञान, अशिक्षितपणा व बाजारपेठेबाबत अपूर्ण किंवा चुकीची माहिती याचा व्यापारी गैरफायदा घेतांना दिसून येतात.

१९. नांदेड जिल्ह्यातील कृषी मालाच्या बाजारभाव व कालावधीचा अभ्यास करता त्यावरून असे दिसून येते की, ५६.२५ टक्के शेतकऱ्यांना बाजारभाव व मागणी-पुरवठा विषयक माहिती उपलब्ध होत नाही तर ४३.७५ टक्के शेतकऱ्यांना याबाबत माहिती असल्याचे मत नोंदवले आहे. माहिती असणाऱ्या एकूण शेतकऱ्यांपैकी १२.५० टक्के शेतकऱ्यांना याबाबत दररोज माहिती मिळत असल्याचे मत नोंदवले आहे तर ९.३८ टक्के शेतकऱ्यांना ही माहिती आठवड्यातून एकदा, ८.१२ टक्के शेतकऱ्यांना १ महिन्याला आणि १३.७५ टक्के शेतकऱ्यांना ही माहिती मिळविण्यासाठी १ महिन्यापेक्षा जास्त कालावधी लागत असल्याचे मत येथे नोंदवले आहे. ५६.२५ टक्के शेतकऱ्यांना बाजारभाव व मागणी-पुरवठा विषयक माहिती कधीच उपलब्ध होत नाही. याचे महत्वाचे कारण म्हणजे बाजार समित्या वर्तमानपत्र, दूरदर्शन, इंटरनेट यांच्या माध्यमातून काही प्रमाणात बाजारभाव व आवक-जावक विषयक माहिती प्रसारीत करतात. परंतु ती माहिती शेतकऱ्यांपर्यंत पोहचत नाही. कारण शेतकऱ्यांचा अशिक्षितपणा, ग्रामीण भागात दूरदर्शन संचाचा अभाव तसेच इंटरनेटबाबत शेतकऱ्यांचे असणारे अज्ञान यामुळे शेतकऱ्यांना बाजारभाव व आवक जावक विषयक माहिती उपलब्ध होत नाही.
२०. अभ्यास क्षेत्रातील शेतकऱ्यांना बाजारभाव व शेतमालाची आवक-जावक याबाबतची माहिती उपलब्ध होण्याबाबतच्या साधनांचा अभ्यास केला असता त्यावरून असे दिसून येते की, बाजारभाव व मागणी-पुरवठा विषयक माहिती उपलब्ध न होणारे सर्वाधिक ५६.२५ टक्के शेतकरी आहेत. १५.६२ टक्के शेतकऱ्यांना ही माहिती वर्तमानपत्र, ९.३७ टक्के शेतकऱ्यांना आकाशवाणी, ७.८१ टक्के शेतकऱ्यांना दूरदर्शन, ६.२५ टक्के शेतकऱ्यांना इंटरनेट आणि ४.६९ टक्के शेतकऱ्यांना इतर साधनांच्या माध्यमातून ही माहिती मिळत असल्याचे मत शेतकऱ्यांनी नोंदविले आहे. ५६.२५ टक्के शेतकऱ्यांना बाजार भाव व आवक-जावक विषयक माहिती मिळत नाही. याचे महत्वाचे कारण असे की, मुळातच अन्नधान्य व कडधान्य उत्पादक शेतकरी हा मध्यम व अल्पभूधारक आहे. त्यामुळे त्याच्या ज्ञानाच्या, शिक्षणाच्या व शहरांपर्यंत पोहोचण्याच्या अडचणी फार मोठ्या प्रमाणात आहेत. त्यामुळे ही माहिती मिळण्याचे प्रमाण कमी आहे. परिणामतः याचा परिणाम त्यांना मिळणाऱ्या शेतमालाच्या किंमतीवर होतो.

उपाययोजना :

१. शेतकऱ्यांना स्वतःच्या शेतमालाची किंमत ठरविण्याचा अधिकार मिळण्यासाठी शासनाने कायदा करून संबंधित कायद्याची कठोर अंमलबजावणी करावी. त्यामुळे शेतकऱ्यांच्या किंमत निश्चितीतील सहभाग वाढेल.

२. सर्व शेतकऱ्यांच्या शेतमालाची किंमत समान पद्धतीने ठरविण्यासाठी इलेक्ट्रॉनिक लिलाव पद्धतीचा वापर करावा.
३. शेतमालाची किमान हमी किंमत ठरवितांना ती उत्पादन खर्चापेक्षा अधिक निश्चित करावी व त्याच किंमतीला सरकारने बाजार समिती आवारात नियमित शेतमालाची खरेदी करावी.
४. शेतकऱ्यांनी शेतमालाची साठवणूक करून विक्री केल्यास शेतकऱ्यांना अधिक किंमत मिळविणे शक्य होईल, त्यासाठी शासनाने व बाजार समितीने शेतकऱ्यांना सहकारी व खाजगी तत्वावर अल्पमोबदल्यात साठवणूक गृह उपलब्ध करून द्यावे.
५. शेतकरी शेतमालाची प्रतवारी, पॅकिंग व लेबलिंग करत नसल्या कारणाने त्यांना सर्व माल एकाच किंमतीला विकवा लागतो. त्यासाठी शासन व बाजार समितीमार्फत शेतकऱ्यांना प्रतवारी, पॅकिंग व लेबलिंग करण्याचे प्रशिक्षण कार्यशाळांमार्फत नियमितपणे देण्यात यावे.
६. शेतकऱ्यांना मिळणाऱ्या आर्थिक उत्पन्नात वाढ घडवून आणण्यासाठी उत्पादन खर्च व विक्री खर्च कमी करणे गरजेचे आहे. त्यासाठी शासनाने प्रयत्न करावेत.
७. शेतमाल विक्री प्रक्रियेत शेतकऱ्यांची मोठ्या प्रमाणात पिळवणूक होते. ती होवू नये म्हणून शासनाने शेतकऱ्यांच्या बाजूने कायदे करून शेतमाल विक्री प्रक्रियेत शेतकऱ्यांची पिळवणूक होणार नाही याची खबरदारी घ्यावी. शेतमाल विक्री प्रक्रियेत शेतकऱ्यांची पिळवणूक झाल्यास त्यांना तक्रार नोंदवता यावी तसेच लवकर तक्रार निवारण व्हावे यासाठी बाजार समिती आवारात तक्रार निवारण कक्षाची स्थापना करावी.
८. बहुतेक शेतकऱ्यांना बाजार समितीती विविध प्रकारच्या शेतमालाची आवक-जावक व किंमत विषयक माहिती उपलब्ध होत नाही. ती उपलब्ध करून देण्यासाठी बाजार समितीने पूर्ण वेळ अधिकारी नियुक्त करून एस.एम.एस., आकाशवणी, वर्तमानपत्रातून दररोज माहिती प्रसिद्ध करावी.
९. शेतमाल हा नाशवंत असल्याने शेतकऱ्यांना मोठ्या प्रमाणात नुकसान सहन करावे लागते. त्यासाठी बाजार समितीने नाशवंत शेतमालाची साठवणूक करण्यासाठी शितगृह उपलब्ध करून द्यावेत.
१०. शेतकऱ्यांनी इतर राज्यातदेखील शेतमालाची विक्री करावी. यासाठी शेतकऱ्यांना आवश्यक त्या सर्व पायाभूत सुविधा शासनाने उपलब्ध करून द्याव्यात. त्यामुळे उत्पादन वाढीची प्रेरणा मिळून शेतकऱ्यांना अधिक आर्थिक उत्पन्न मिळविणे शक्य होईल.

११. शेतमाल विपणनातील मध्यस्थांचे उच्चाटन करून शेतकरी ते ग्राहक या माध्यमातून शेतमालाची विक्री होणे गरजेचे आहे. आंध्रप्रदेश राज्याप्रमाणे रेतू बाजाराची संकल्पना महाराष्ट्रातील सर्व बाजार समित्यांमध्ये अवलंबविली पाहिजे.

संदर्भ :

१. Acharya S.S. & Agarwal N.L., Agricultural Marketing in India, Oxford & TBH Publishing Pvt. Ltd., New Delhi, p.163.
२. लिमन एम. एस. व रावेर डी. पी., विपणन आणि मानवी संसाधन, सेट पब्लिशर्स, प्रा. लि., प १११ ते ११६.
३. www.shetmalvipanan.com
४. Mahapanan.maharashtra.gov.in
५. Kulkarni K.R., Agricultural Marketing in India, Vol.-II, The Co-operative book Dept., Bombay, p. 315.
६. विजय कविमंडल, कृषी अर्थशास्त्र, श्रीमंगेश प्रकाशन, नागपूर, पृ. १६५ ते १७०.
७. मोहन सराफ/आचार्य, ग्रामीण अर्थव्यवस्था व सहकार, विद्या प्रकाशन, नागपूर, पृ. ३० ते ३५.
८. देव, झामरे, भारतीय अर्थव्यवस्था, पिंपळापूरे अँड पब्लिशर्स, नागपूर, पृ. १५१ ते १६०.

*** Acknowledgement :**

Financial Support provided by Swami Ramanand Teerth Marathwada University, Nanded, Maharashtra (APDS/Uni.MRP/Humanities-Eco/2019-20/2797) is gratefully acknowledged.