

कृषि विपणन में बिचौलियों की भूमिका और उनके प्रभाव

डॉ. हरकेश कुमार बलाई^{##}, नवनीत कुमार[#], राजदीप कुमार[#], देशराज पाटीदार[#], और अविष आहूजा[#]

^{##}सहायक प्राध्यापक, कृषि संकाय, जगन्नाथ विश्वविद्यालय, जयपुर-303901

[#]छात्र, बी.एससी. (ऑनर्स) कृषि, कृषि संकाय, जगन्नाथ विश्वविद्यालय, जयपुर-303901

संवादी लेखक का ईमेल पता: nayneetsingh112004@gmail.com

सारांश:

भारतीय किसान न केवल देश की अर्थव्यवस्था की रीढ़ हैं, बल्कि अपनी कड़ी मेहनत और समर्पण से करोड़ों लोगों की थाली तक अन्न पहुँचाने का काम करते हैं। लेकिन विडंबना यह है कि इस मेहनत का वास्तविक फल उन्हें शायद ही कभी पूरा मिल पाता है। किसानों और उपभोक्ताओं के बीच मौजूद लंबी श्रृंखला में बिचौलियों की भूमिका इस असंतुलन का प्रमुख कारण बनती जा रही है।

यह लेख कृषि विपणन की वर्तमान व्यवस्था में बिचौलियों की भूमिका, उनके प्रभाव, और किसानों की आय, बाजार पहुँच व आत्मनिर्भरता पर पड़ने वाले व्यापक प्रभावों का गहन विश्लेषण करता है। पारंपरिक कृषि मंडियों से लेकर निजी व्यापारिक नेटवर्क तक, किस प्रकार बिचौलियाएँ

उत्पाद के मूल्य को नियंत्रित करते हैं और कैसे किसान अपने ही उत्पाद के मूल्य निर्धारण में हाशिए पर रह जाते हैं-इन सभी पहलुओं को तथ्यात्मक रूप से प्रस्तुत किया गया है।

साथ ही, लेख सरकार द्वारा लागू की गई योजनाओं-जैसे ई-नाम, एपीएमसी सुधार, किसान उत्पादक संगठन (FPO), और प्रत्यक्ष विपणन-की भूमिका और प्रभावशीलता का मूल्यांकन करता है। यह स्पष्ट करता है कि वर्तमान व्यवस्था में सुधार की कितनी आवश्यकता है और किस प्रकार एक पारदर्शी, न्यायपूर्ण और किसान-केंद्रित विपणन प्रणाली की दिशा में ठोस कदम उठाए जा सकते हैं।

परिचय

भारत में कृषि सिर्फ एक पेशा नहीं, बल्कि यह एक लंबे समय से चली आ रही परंपरा है। खेती से जुड़े लाखों किसान अपनी मेहनत और संसाधनों का उपयोग कर अनाज, फल, सब्जियाँ, दूध और अन्य कृषि उत्पादों का उत्पादन करते हैं। जो देश की खाद्य सुरक्षा और अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं, लेकिन खेती केवल उत्पादन तक सीमित नहीं है; इसका एक महत्वपूर्ण हिस्सा है कृषि विपणन, यानी फसलों और कृषि उत्पादों को सही बाजार तक पहुँचाना और उचित मूल्य प्राप्त करना।

कृषि विपणन दो शब्दों से मिलकर बना है-कृषि और विपणन। कृषि का अर्थ प्राकृतिक संसाधनों का उपयोग कर फसलें उगाना और पशुपालन करना है तथा विपणन का अर्थ फसल कटाई के बाद की देखभाल से लेकर उपभोक्ता वितरण तक के सभी चरणों को कवर करता है। इसमें कटाई के बाद की प्रक्रियाएँ, भंडारण, परिवहन, बिक्री और वितरण शामिल हैं। कृषि विपणन में उन सभी कार्यों और संस्थानों को शामिल किया जाता है, जो कृषि उत्पादों के संग्रहण, प्रसंस्करण और वितरण में सहायता करते हैं। (उषारानी एवं गोपीनाथ, 2020)

कृषि विपणन के प्रमुख भाग

1. **किसानों द्वारा उत्पादित फसलों और कृषि उत्पादों का विपणन** – इसमें अनाज, सब्जियाँ, फल, दूध, अंडे, मांस आदि को बाजार तक पहुँचाने की प्रक्रिया आती है।
2. **कृषि उत्पादन में उपयोग होने वाले वस्तुओं का विपणन** – इसमें बीज, उर्वरक, कीटनाशक और कृषि यंत्रों की आपूर्ति शामिल होती है, जिनकी जरूरत किसानों को खेती के लिए आवश्यक होती है।

बिचौलिया: ये भारत में बिचौलियों की भूमिका वर्षों से कृषि व्यवस्था का हिस्सा रही है। इसका सफर तब शुरू हुआ जब किसानों के पास अपनी उपज सीधे बाजार तक पहुँचाने के साधन नहीं थे और उन्हें जमींदारों, महाजनों या व्यापारियों पर निर्भर रहना पड़ा। पहले यह व्यवस्था किसानों की मदद के लिए बनी थी, लेकिन समय के साथ बिचौलियों का प्रभाव बढ़ता गया और वे बाजार पर हावी हो गए।

आज बिचौलियाएँ किसान और उपभोक्ता के बीच की कड़ी बन चुके हैं, लेकिन समस्या तब खड़ी होती है जब वही कड़ी किसानों को उनकी मेहनत का उचित दाम नहीं मिलने देती। किसान अपनी फसल लगाते हैं, उसकी देखभाल करते हैं, मेहनत से उत्पादन करते हैं, लेकिन जब बिक्री की बात आती है, तो मुनाफे का बड़ा हिस्सा बिचौलियों के पास चला जाता है। वे कीमतों को नियंत्रित करते हैं, कभी किसानों से सस्ते में खरीदते हैं तो कभी उपभोक्ताओं को महंगे दामों पर बेचते हैं।

हालांकि, सरकार ने किसानों को बिचौलियों के प्रभाव से बचाने के लिए कई कदम उठाए हैं, जैसे कि ई-नाम (राष्ट्रीय कृषि बाजार), किसान उत्पादक संगठन (FPO) और प्रत्यक्ष विपणन की सुविधाएँ। इन प्रयासों का मकसद यह है कि किसान सीधे बाजार से जुड़ें और अपनी उपज का सही मूल्य प्राप्त कर सकें। लेकिन आज भी कई इलाकों में बिचौलियों का प्रभाव बना हुआ है।

कृषि विपणन में बिचौलियों के प्रकार और उनकी भूमिका

कृषि विपणन में बिचौलियों की भूमिका महत्वपूर्ण होती है, जो उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच सेतु का कार्य करते हैं। इन्हें उनके कार्यों के आधार पर चार मुख्य श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है:

1. व्यापारी बिचौलिए

थोक व्यापारी: ये बिचौलिए उत्पादों का स्वामित्व लेते हैं और लाभकमाने के उद्देश्य से उन्हें खरीदते और बेचते हैं। ये बड़े पैमाने पर उत्पाद खरीदते हैं और उन्हें खुदरा विक्रेताओं को बेचते हैं। थोक व्यापारी विभिन्न स्रोतों से उत्पाद एकत्रित करते हैं और उन्हें बाजार में उपलब्ध कराते हैं।

खुदरा विक्रेता: ये उपभोक्ताओं को सीधे उत्पाद बेचते हैं और आपूर्ति श्रृंखला में अंतिम कड़ी होते हैं। इनमें किराना स्टोर, बाजार और अन्य आउटलेट शामिल होते हैं जहां उपभोक्ता कृषि उत्पाद खरीदते हैं।

भ्रमणशील व्यापारी: ये बिचौलिए गांवों या साप्ताहिक बाजारों में घूमते हुए किसानों से सीधे उत्पाद खरीदते हैं और उन्हें अन्य बाजारों में बेचते हैं।

2. एजेंट बिचौलिए:

ये बिचौलिए खरीदारों और विक्रेताओं के बीच सौदे करवाते हैं लेकिन उत्पाद का स्वामित्व नहीं लेते हैं।

कमीशन एजेंट: ये उत्पादकों की ओर से कार्य करते हैं और बिक्री पर एक निश्चित कमीशन लेते हैं।

i. **कच्चा आढ़तिया:** ये मुख्यतः उत्पादकों का प्रतिनिधित्व करते हैं और आमतौर पर संग्रहीत या संग्रहण बाजारों में पाए जाते हैं।

ii. **पक्का आढ़तिया:** ये मुख्यतः व्यापारियों या थोक खरीदारों का प्रतिनिधित्व करते हैं और केंद्रीय बाजारों में कार्य करते हैं।

दलाल: ये खरीदारों और विक्रेताओं के बीच सौदे करवाते हैं लेकिन स्वयं उत्पाद का स्वामित्व नहीं लेते हैं। इनका मुख्य कार्य दोनों पक्षों को बातचीत के लिए एक मंच पर लाना होता है, और ये सौदे के लिए कमीशन प्राप्त करते हैं।

सट्टेबाज बिचौलिए: ये बिचौलिए उत्पादों को इस आशा में खरीदते हैं कि भविष्य में कीमतें बढ़ेंगी, जिससे वे लाभ कमा सकें। ये मूल्य स्थिरता को प्रभावित कर सकते हैं और बाजार में उतार-चढ़ाव ला सकते हैं।

सहायक बिचौलिए: ये बिचौलिए स्वयं उत्पाद नहीं खरीदते या बेचते, लेकिन विपणन प्रक्रिया को सरल और सुचारु बनाने में सहायता करते हैं।

i. **परिवहनकर्ता:** ये उत्पादों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाने में सहायता करते हैं, जिससे उत्पाद समय पर और सुरक्षित रूप से गंतव्य तक पहुंचते हैं।

ii. **वजनकर्ता:** ये उत्पादों के सही वजन को सुनिश्चित करते हैं, जिससे लेन-देन में पारदर्शिता बनी रहती है।

iii. **ग्रेडर:** ये उत्पादों को उनकी गुणवत्ता के आधार पर विभिन्न ग्रेड में विभाजित करते हैं, जिससे मूल्य निर्धारण और बिक्री में सुविधा होती है।

iv. **हमाल:** ये बाजार में उत्पादों की भौतिक गतिविधियों, जैसे लोडिंग, अनलोडिंग, एंटाई और पैकिंग में सहायता करते हैं।

v. **विज्ञापन और संचार एजेंसियां:** ये संभावित खरीदारों को उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में सूचित करते हैं और खरीद निर्णय लेने में सहायता करते हैं।

बिचौलियों की भूमिका

उपयोगिता का सृजन और संवर्धन: बिचौलिए विपणन प्रणाली में उत्पादों के रूप, स्थान, समय और स्वामित्व की उपयोगिता बढ़ाते हैं, जिससे उत्पादकों और उपभोक्ताओं दोनों को लाभ होता है।

किसानों का शोषण और विपणन ज्ञान की कमी: कई बार बिचौलियों द्वारा किसानों का शोषण उनकी विपणन ज्ञान की कमी के कारण होता है। किसानों को विपणन प्रक्रियाओं की समझ बढ़ाकर इस शोषण को कम किया जा सकता है।

बिचौलियों के सकारात्मक प्रभाव

बाजार पहुंच और विस्तार: बिचौलिये अपने नेटवर्क और वितरण चैनलों के माध्यम से किसानों को स्थानीय क्षेत्रों से परे बड़े बाजारों तक पहुंच प्रदान करते हैं, जिससे वे व्यापक उपभोक्ता आधार तक अपने उत्पाद पहुंचा सकते हैं। यह किसानों को भौगोलिक बाधाओं को पार करने में मदद करता है और उनके उत्पादों के लिए खरीदार खोजने में सहायता करता है।

किसानों की बिचौलियों पर निर्भरता: अध्ययनों से पता चलता है कि वृद्ध, उच्च शिक्षा प्राप्त किसान और विविध फसलों के उत्पादक बिचौलियों पर कम निर्भर होते हैं, जबकि अन्य किसानों की बिचौलियों पर निर्भरता अधिक होती है।

बिचौलियों की उपस्थिति छोटे किसानों के मुनाफे को प्रभावित करती है, जिससे उनके वित्तीय परिणामों पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

कुशल वितरण नेटवर्क: बिचौलिये वितरण प्रक्रिया को सुव्यवस्थित करते हैं, जिससे कृषि उत्पाद उपभोक्ताओं तक समय पर और प्रभावी ढंग से पहुंचते हैं। वे लॉजिस्टिक्स, परिवहन और भंडारण का प्रबंधन करते हैं, आपूर्ति श्रृंखला को अनुकूलित करते हैं ताकि बर्बादी कम हो और किसानों एवं उपभोक्ताओं दोनों के लिए लाभ बढ़े।

अस्थिर कृषि बाजारों में, बिचौलिये स्थिरीकरण कारकों के रूप में कार्य करते हैं, आपूर्ति और मांग में उतार-चढ़ाव को समायोजित करते हैं। रणनीतिक भंडारण और वितरण प्रथाओं के माध्यम से, वे मूल्य स्थिरता बनाए रखने में मदद करते हैं, जिससे किसानों को अचानक मूल्य गिरावट से बचाया जा सकता है और उपभोक्ताओं को निरंतर आपूर्ति सुनिश्चित होती है।

बिचौलियों के पास मूल्यवान बाजार ज्ञान और विशेषज्ञता होती है, जिससे वे उपभोक्ता प्राथमिकताओं, बाजार प्रवृत्तियों और मूल्य निर्धारण गतिशीलता के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं। किसानों को बाजार की स्थितियों के बारे में सूचित रखकर, बिचौलिये उन्हें फसल चयन, कटाई के समय और मूल्य निर्धारण रणनीतियों पर सूचित निर्णय लेने में सक्षम बनाते हैं।

बिचौलियों के नकारात्मक प्रभाव

मूल्य शोषण: बिचौलिये अक्सर किसानों से उनकी उपज कम कीमत पर खरीदते हैं और उपभोक्ताओं को ऊँची कीमत पर बेचते हैं, जिससे किसानों की आय कम होती है और ग्रामीण कृषि समुदायों में गरीबी बनी रहती है।

पारदर्शिता की कमी: बिचौलियों के लेन-देन में पारदर्शिता की कमी के कारण किसानों को उनकी उपज के वास्तविक मूल्य और बिचौलियों द्वारा अर्जित मुनाफे की सही जानकारी नहीं मिलती। यह अविश्वास और असंतोष को जन्म देता है।

निर्भरता और बाजार नियंत्रण: किसान बाजार पहुंच के लिए बिचौलियों पर अत्यधिक निर्भर हो जाते हैं, जिससे वे अपनी उपज के मूल्य निर्धारण

बिचौलिये अक्सर किसानों को वित्तीय संसाधनों और ऋण सुविधाओं तक पहुंच प्रदान करते हैं, जिससे वे बीज, उर्वरक और उपकरण जैसे कृषि इनपुट्स का वित्तपोषण कर सकते हैं। यह वित्तीय सहायता किसानों को अपनी फसलों में निवेश करने और उत्पादकता में सुधार करने में सक्षम बनाती है, जिससे उनकी आजीविका में वृद्धि होती है।

बिचौलिये बाजार में मूल्य स्थिरता बनाए रखने में मदद करते हैं और किसानों को मूल्य में उतार-चढ़ाव के जोखिम से बचाते हैं।

बिचौलिये कृषि उत्पादों के वर्गीकरण और ग्रेडिंग में सहायता करते हैं, जिससे उत्पादों की गुणवत्ता सुनिश्चित होती है और उन्हें उचित मूल्य प्राप्त होता है।

और वितरण पर नियंत्रण खो देते हैं। यह निर्भरता बिचौलियों को किसानों के प्रति शोषणकारी व्यवहार करने का अवसर देती है।

गुणवत्ता संबंधी चिंताएँ: बिचौलिये मात्रा को प्राथमिकता देते हुए गुणवत्ता की अनदेखी कर सकते हैं, जिससे उपभोक्ताओं तक निम्न गुणवत्ता या मिलावटी कृषि उत्पाद पहुंचते हैं। यह खाद्य सुरक्षा को खतरे में डालता है और किसानों की प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचाता है।

किसानों के अधिकारों का हनन: कुछ मामलों में, बिचौलिये कृषि नियमों में खामियों का लाभ उठाकर किसानों के साथ अनुचित व्यवहार करते हैं, जिससे किसानों को उनके उचित लाभ से वंचित किया जाता है और न्यायसंगत एवं सतत कृषि प्रयासों को बाधा पहुंचती है।

उपभोक्ताओं पर प्रभाव

बिचौलियों के हस्तक्षेप से उपभोक्ताओं को कृषि उत्पादों के लिए अधिक कीमत चुकानी पड़ती है। वे किसानों से कम कीमत पर उत्पाद खरीदते हैं और उपभोक्ताओं को ऊँची कीमत पर बेचते हैं, जिससे उपभोक्ताओं पर आर्थिक भार बढ़ता है।

बिचौलियों के माध्यम से उत्पादों की हैंडलिंग के दौरान गुणवत्ता में गिरावट हो सकती है, जिससे उपभोक्ताओं को निम्न गुणवत्ता वाले उत्पाद प्राप्त होते हैं।

बिचौलियों की उपस्थिति से आपूर्ति श्रृंखला में पारदर्शिता कम हो सकती है, जिससे उपभोक्ताओं को उत्पादों की वास्तविक उत्पत्ति और गुणवत्ता के बारे में पूर्ण जानकारी नहीं मिलती।

कृषि विपणन में बिचौलियों की भूमिका कम करने के प्रभावी उपाय

भारतीय कृषि प्रणाली में बिचौलियों की भूमिका वर्षों से एक महत्वपूर्ण हिस्सा रही है। हालांकि, यह भूमिका कई बार किसानों के हितों के विरुद्ध भी काम करती है, जिससे उन्हें उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता। किसानों और उपभोक्ताओं के बीच सीधा संपर्क स्थापित कर इस मध्यवर्ती व्यवस्था को कम किया जा सकता है। इसके लिए कुछ व्यावहारिक और प्रभावशाली उपाय अपनाए जा सकते हैं।

किसान उत्पादक संगठनों का गठन और सशक्तिकरण: FPOs किसानों को एकजुट कर सामूहिक विपणन की सुविधा प्रदान करते हैं। इससे किसान बड़े पैमाने पर उपज बेच सकते हैं और सीधे खुदरा विक्रेताओं

या प्रोसेसिंग कंपनियों से संपर्क कर सकते हैं। इससे बिचौलियों पर निर्भरता कम होती है और लाभान्वा सीधा किसानों तक पहुंचता है।

डिजिटल कृषि विपणन प्लेटफॉर्म का उपयोग: ई-चौपाल, ई-नाम (E- National Agriculture Market) और अन्य डिजिटल पोर्टल किसानों को देशभर के बाजारों से जोड़ते हैं। इससे उत्पादों की बेहतर कीमत मिलने की संभावना बढ़ती है और पारदर्शिता सुनिश्चित होती है। डिजिटल प्रणाली बिचौलियों की भूमिका को स्वाभाविक रूप से सीमित कर देती है।

कृषि-प्रौद्योगिकी स्टार्टअप के साथ साझेदारी: देशभर में कई स्टार्टअप जैसे फार्मईजी, निंजाकार्ट आदि किसानों से सीधे उपज

खरीदकर उपभोक्ताओं तक पहुँचा रहे हैं। यह मॉडल आपूर्ति श्रृंखला को छोटा करता है और किसानों को सही दाम दिलाने में मदद करता है।

प्रत्यक्ष विपणन और किसान बाजारों को बढ़ावा: राज्य सरकारें किसानों को 'किसान बाजार' या 'कृषक हाट' के माध्यम से प्रत्यक्ष बिक्री की सुविधा दे रही हैं। इससे किसानों को बिना बिचौलियों के सीधे ग्राहकों से संपर्क करने का अवसर मिलता है।

सरकारी नीतियाँ और पहलें

भारतीय कृषि विपणन प्रणाली में बिचौलियों की भूमिका को कम करने के लिए सरकार ने विभिन्न नीतियाँ और पहलें शुरू की हैं। इनका उद्देश्य किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य दिलाना और विपणन प्रक्रिया में पारदर्शिता बढ़ाना है। प्रमुख सरकारी नीतियाँ और पहलें निम्नलिखित हैं:

कृषि उपज विपणन समिति (APMC) अधिनियम में सुधार: APMC अधिनियम का उद्देश्य किसानों को शोषण से बचाना था, लेकिन समय के साथ इसमें कई कमियाँ उभरकर आईं। सरकार ने इन कमियों को दूर करने के लिए APMC अधिनियम में संशोधन किए हैं, जिससे किसानों को अपनी उपज सीधे उपभोक्ताओं या प्रोसेसरों को बेचने की स्वतंत्रता मिली है।

ई-राष्ट्रीय कृषि बाजार (e-NAM) की स्थापना: E-NAM एक ऑनलाइन ट्रेडिंग प्लेटफॉर्म है, जिसे 2016 में लॉन्च किया गया था। इसका उद्देश्य देशभर की मंडियों को एकीकृत करना और किसानों को अपनी उपज के लिए बेहतर मूल्य प्राप्त करने में सहायता करना है। e-NAM के माध्यम से किसान अपनी उपज को देश के किसी भी कोने में बैठे खरीदारों को बेच सकते हैं, जिससे बिचौलियों की भूमिका कम होती है और पारदर्शिता बढ़ती है।

अंतर्राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य

- 1) **बांग्लादेश: ब्लॉकचेन तकनीक द्वारा पारदर्शिता:** बांग्लादेश में कृषि लेनदेन में ब्लॉकचेन तकनीक का उपयोग कर बिचौलियों की भूमिका को कम किया गया। इस तकनीक ने उत्पादक से उपभोक्ता तक पारदर्शिता सुनिश्चित की और किसानों को सशक्त बनाया।
- 2) **वियतनाम: सफेद झींगा मूल्य श्रृंखला में बिचौलियों की भूमिका:** वियतनाम के खान्ह होआ प्रांत में सफेद झींगा (Whiteleg Shrimp) की मूल्य श्रृंखला में बिचौलियों की महत्वपूर्ण भूमिका देखी गई है। एक अध्ययन में पाया गया कि बिचौलियों के कारण किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं मिल पाता, जिससे उनकी आय प्रभावित होती है। इस समस्या के समाधान के लिए, छोटे किसानों के समूहों का पुनर्गठन करके उन्हें मूल्य श्रृंखला में अधिक भागीदारी और दक्षता प्रदान करने का सुझाव दिया गया है।

निष्कर्ष और सुझाव

आज के समय में किसानों के लिए सिर्फ फसल उगाना ही काफी नहीं है, बल्कि उसे अच्छे दाम पर बेचना भी उतना ही जरूरी हो गया है। मंडियों में

किसान शिक्षा और विपणन प्रशिक्षण: किसानों को बाजार की जानकारी, मूल्य निर्धारण, भंडारण तकनीक और उपभोक्ता मांग की समझ देना बेहद आवश्यक है। जब किसान खुद निर्णय लेने में सक्षम होंगे, तो उन्हें किसी मध्यस्थ की आवश्यकता नहीं रहेगी।

किसान उत्पादक संगठन (FPO) का प्रोत्साहन: सरकार ने किसानों को संगठित करने और सामूहिक रूप से अपनी उपज का विपणन करने के लिए FPO के गठन को बढ़ावा दिया है। इन संगठनों के माध्यम से किसान बेहतर सौदेबाजी कर सकते हैं और बिचौलियों पर निर्भरता कम कर सकते हैं।

प्रत्यक्ष बिक्री मॉडल का प्रोत्साहन: सरकार किसानों को सीधे उपभोक्ताओं को अपनी उपज बेचने के लिए प्रोत्साहित कर रही है। इस पहल का उद्देश्य बिचौलियों की संख्या को कम करना और किसानों की आय में वृद्धि करना है।

कृषि ऋण और बीमा योजनाएँ: सरकार ने किसानों को वित्तीय सहायता प्रदान करने के लिए कृषि ऋण और बीमा योजनाओं की शुरुआत की है। इन योजनाओं के माध्यम से किसानों को उनकी उपज के लिए उचित मूल्य प्राप्त करने में मदद मिलती है और वे विपणन प्रक्रिया में अधिक स्वतंत्रता महसूस करते हैं।

इन नीतियों और पहलों के माध्यम से सरकार किसानों को सशक्त बना रही है, जिससे वे अपनी उपज का बेहतर मूल्य प्राप्त कर सकें और बिचौलियों पर निर्भरता कम हो।

- 3) **संयुक्त राज्य अमेरिका: फार्म स्टॉप्स:** मिशिगन, संयुक्त राज्य अमेरिका में, "फार्म स्टॉप्स" नामक स्थायी बाजार स्थापित किए गए हैं, जहाँ स्थानीय किसान सीधे उपभोक्ताओं को अपनी उपज बेच सकते हैं। इन बाजारों में, किसानों को उनकी बिक्री का 75% हिस्सा मिलता है, जिससे उनकी आय में वृद्धि होती है और उपभोक्ताओं को ताजा, स्थानीय उत्पाद मिलते हैं।
- 4) **मेक्सिको: इस्तमुस क्षेत्र की स्वदेशी समुदायों का संघ (UCIRI):** मेक्सिको के ओआहाका राज्य में, UCIRI एक किसान सहकारी संघ है, जो स्थानीय उत्पादकों को संगठित करता है और उन्हें सीधे बाजारों से जोड़ता है। इस संघ ने जैविक कॉफी उत्पादन और निष्पक्ष व्यापार में अग्रणी भूमिका निभाई है, जिससे किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होता है और बिचौलियों पर निर्भरता कम होती है।

अक्सर बिचौलियों के चलते किसानों को उनकी उपज का सही मूल्य नहीं मिल पाता। कई बार वे मजबूरी में औने-पौने दाम पर अपना माल बेच देते

हैं इसलिए अब वक्त है कि किसान खुद अपने फसल का मालिक बने और विपणन के स्मार्ट तरीके अपनाएँ।

- सबसे पहले, किसान ई-नाम (eNAM) जैसे ऑनलाइन प्लेटफॉर्म का उपयोग करें जहाँ देशभर के व्यापारी सीधे आपकी उपज खरीद सकते हैं। इससे एक ही मंडी में सीमित रहना नहीं पड़ेगा और बेहतर दाम की संभावना बढ़ेगी।
- किसान उत्पादक संगठन (FPO) से जुड़ें। जब किसान मिलकर समूह में काम करते हैं तो वे बड़ी मात्रा में माल बेच सकते हैं, जिससे उनकी बातचीत की ताकत बढ़ती है और मोल-भाव में फायदा मिलता है।
- सीधा उपभोक्ता तक पहुँचने की कोशिश करें – जैसे स्थानीय हाट, किसान बाजार, या हाउसिंग सोसायटी में स्टॉल लगाना। इससे बिचौलियों की जरूरत ही नहीं पड़ती और मुनाफा सीधे आपके हाथ में आता है।

संदर्भ:

1. उषारानी, एम., एवं गोपीनाथ, आर. (2020)। तिरुचिरापल्ली जिले में जैविक खाद्य उत्पादों के संदर्भ में हरित विपणन पर उपभोक्ता व्यवहार का अध्ययन। अंतर्राष्ट्रीय उन्नत अनुसंधान पत्रिका अभियांत्रिकी एवं प्रौद्योगिकी, 11(9), 1235-1244।
2. कथिक, एस., समीनाथन, आर., और गोपीनाथ, आर. 2020। कृषि विपणन: एक अवलोकन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मैनेजमेंट, 11(11): 3007-3013। डीओआई: 10.34218/IJM.11.11.2020.285
3. ईएग्री.ओआरजी (2024)। कृषि विपणन में मध्यस्थों के प्रकार। तमिलनाडु एग्रीकल्चरल यूनिवर्सिटी। [ऑनलाइन] उपलब्ध: <https://eagri.org/eagri50/AECO242/lec02.html> [देखा गया: 5 अप्रैल 2025]।
4. ई-कोर्स ऑनलाइन (IASRI) (2020)। विपणन एवं मूल्य विश्लेषण। भारतीय कृषि सांख्यिकी अनुसंधान संस्थान। [ऑनलाइन] उपलब्ध: <https://ecoursesonline.iasri.res.in/mod/page/view.php?id=123685> [देखा गया: 5 अप्रैल 2025]।
5. कौर, एम. एवं शर्मा, आर. 2021. भारत में कृषि विपणन: बिचौलियों की भूमिका और किसानों पर प्रभाव। भारतीय जर्नल ऑफ इकोनॉमिक्स एंड डेवलपमेंट, 17(3): 456-463।
6. सिंह, एस. 2010. कृषि विपणन में बिचौलियों की भूमिका: मिथक और वास्तविकता। प्रबंधन में कृषि केंद्र, भारतीय प्रबंधन संस्थान, अहमदाबाद। SSRN इलेक्ट्रॉनिक जर्नल।
7. एमेराल्ड ग्रुप पब्लिशिंग. 2022. लघु जोत वाले किसान और बिचौलियों की शोषणकारी भूमिका। एमेराल्ड पब्लिशिंग, यूनाइटेड किंगडम।
8. ईज़, सी.सी., इबेकवे, यू.सी. एवं ओहाजियान्या, डी.ओ. 2010. नाइजीरिया में टमाटर के उपभोक्ता मूल्य पर बिचौलियों और संबंधित विपणन लागत का प्रभाव। कृषि एवं सामाजिक अनुसंधान पत्रिका, 10(2): 143-147.
9. एग्रीकल्चर इंस्टीट्यूट ऑफ मैनेजमेंट. 2021. कृषि विपणन में बिचौलियों की भूमिका। एग्रीकल्चर इंस्टीट्यूट (पोस्ट हार्वेस्ट मैनेजमेंट)। उपलब्ध: <https://agriculture.institute/post-harvest-mgt-principles/role-of-middlemen-in-agricultural-marketing>
10. ICAR. 2022. FPOs के माध्यम से किसानों की आय में वृद्धि और बिचौलियों की भूमिका में कमी। भारतीय कृषि विपणन पत्रिका, 34(1): 45-52।
11. कृषि जागरण. 2023. डिजिटल प्लेटफॉर्म और स्टार्टअप्स के माध्यम से कृषि विपणन में पारदर्शिता और दक्षता। कृषि जागरण वेब पोर्टल। उपलब्ध: www.krishijagran.com (देखा गया: 5 अप्रैल 2025)।
12. फुंग, एन.टी., कुयोंग, सी.वी., एवं तूओंग, टी.पी. (2017)। वियतनाम के खान्ह होआ प्रांत में निर्यातित व्हाइटलेग झींगा की मूल्य श्रृंखला का अध्ययन। एग्रीकल्चरल इकोनॉमिक्स सोसाइटी।
13. हुसैन, एम.टी., रहमान, एम.एस., एवं उद्दीन, एम.टी. (2024)। बांग्लादेश में कृषि आपूर्ति श्रृंखला में ब्लॉकचेन तकनीक: बिचौलियों को दरकिनार करने का एक मार्ग। हेलियोन, खंड 10(3), e24062।
14. मन्वागा, ई.एल., एवं लुपिंडु, ए.एम. (2015)। किलोलो ज़िले, तंज़ानिया में ताज़ा टमाटर आपूर्ति श्रृंखला में बिचौलियों की भूमिका। सॉकोइन यूनिवर्सिटी ऑफ एग्रीकल्चर।