ARYAVART SHODH VIKAS PATRIKA
RNI TITLED NO. UPBIL04292
RNI REG. NO. UPBIL/2014/66218 PP. NO.- 78-81

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
e-ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-14, No.-IV, Issues-22, YEAR- Oct.-Dec.-2021

जनपद बलिया में कृषि विपणन की व्यवस्था

डॉ0 अंगद सिंह

एसो0 प्रोफेसर एवं अध्यक्ष– अर्थशास्त्र विभाग, सतीश चन्द्र कालेज, बलिया (उ0प्र0)

Received- 21 .10. 2021, Revised- 25.10. 2021, Accepted - 28.10.2021 E-mail: angadsingh972@gmail.com

सारांशः ***विपणन आर्थिक गतिविधियों का मूल आधार है। वस्तुओं का उत्पादन चाहे जितना भी कर लिया जाय, किन्तु जब तक उनके विपणन की समुचित व्यवस्था नहीं होगी तब तक आर्थिक विकास की सम्भावनायें अति न्यून होगी। बलिया जनपद में कृषि के पिछड़ेपन के अनेक कारण रहे हैं परन्तु यह भी सत्य है कि जनपद में कृषि के पिछड़ेपन का एक प्रमुख कारण पर्याप्त कृषि–विपणन की सुविधाओं का अभाव रहा है। कृषकों की आर्थिक दशा में तब तक सुधार सम्भव नहीं है, जब तक कि उन्हें उनकी उपज का उचित मूल्य नहीं प्राप्त हो जाता है। इस लेख में हम जनपद बलिया में कृषि विपणन की व्यवस्था की चर्चा करेंगे।***

कुंजीभूत शब्द–विपणन, उत्पादन, आर्थिक विकास, उदरपूर्ति, चीनी उद्योग, वस्त्र उद्योग, कृषि क्षेत्र, उपभोक्ता।

जनपद बलिया में कृषि अत्यधिक पिछड़ी हुई स्थिति में है। प्राचीनकाल से लेकर उन्नीसवीं शताब्दी के अन्त तक जनपद में कृषि कार्य किसानों द्वारा अपनी और अपने परिवार की उदरपूर्ति के लिए किया जाता था। किन्तु किसान को अपने परिवार की भोजन सम्बन्धी आवश्यकताओं की पूर्ति के बाद अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए भी प्रयास करना पड़ता था। इसके लिए उसे नकद धन की आवश्यकता पड़ती थी। अतः वह अपनी उपज का कुछ हिस्सा नकद धनराशि में बेच देता था। किन्तु कृषि उपज को बाजार में बेचने की यह प्रक्रिया सन्तोषजनक नहीं थी। उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में जूट और सूती वस्त्र उद्योग के विकास के कारण एवं बीसवीं शताब्दी में चीनी उद्योग के प्रादुर्भाव से कृषि क्षेत्र में व्यापारिक फसलों के महत्त्व में वृद्धि हुई। इसी अवधि में नगरीय विकास की प्रक्रिया प्रारम्भ हुई और जनसंख्या वृद्धि की गति अत्यधिक तेज हो गई। अतः नगरों में तेजी से बढ़ रही जनसंख्या के लिए कृषि पदार्थों की आवश्यकता अधिक अनुभव की जाने लगी। परिणामस्वरूप खाद्यान्नों के विपणन की प्रक्रिया का प्रारम्भ हुआ।

दूसरी ओर देश की स्वतन्त्रता के बाद हुए भूमि सुधारों के फलस्वरूप गाँवों में आर्थिक दृष्टि से सम्पन्न किसानों का एक ऐसा वर्ग बन गया जिसने कृषि को एक व्यवसाय के रूप में ग्रहण किया। इस वर्ग ने कृषि कार्य अधिक आर्थिक लाभ कमाने के उद्देश्य से प्रारम्भ किया। अतः इस वर्ग ने कृषि उपजों के विपणन हेतु नई–नई व्यवस्थाओं का सूत्रपात किया। इस प्रकार धीरे–धीरे कृषि विपणन व्यवस्था में नियमित रूप से निरन्तर सुधार होते रहे।

जनपद बलिया में कृषि क्षेत्र में सबसे अधिक सुधारों की आवश्यकता कृषि विपणन के क्षेत्र में है। कृषि उत्पादन की प्रगति हरित क्रांति के पश्चात् काफी हुई। हालॉकि इसमें क्षेत्रीय विषमताएं पायी जाती हैं। कृषि विपणन एक ऐसा क्षेत्र है जिसमें ध्यान न दे पाने के कारण आज किसानों को आत्महत्या करनी पड़ रही है।

कृषि विपणन का अर्थः– कृषि उपज विपणन से अर्थ उन सभी क्रियाओं से लगाया जाता है, जिनका सम्बन्ध कृषि उत्पादन को कृषक के यहाँ से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने में किया जाता है। इस प्रकार कृषि विपणन के अन्तर्गत प्रारम्भ से लेकर अन्त तक अनेक क्रियाओं को महत्त्वपूर्ण भूमिका निभानी पड़ती है। इन क्रियाओं में कृषि उपज को एकत्रित करना, उपज की किस्म के आधार पर श्रेणीकरण एवं प्रमापीकरण करना, परिवहन के साधनों द्वारा उपज को गाँवों से मण्डी तक पहुँचाना, सुरक्षा के लिए उपज को गोदामों में रखना, कृषि उपज का थोक व्यापार, कृषि उपज का फुटकर व्यापार, इन क्रियाओं के लिए वित्त व्यवस्था करना, जोखिम वहन करना, विक्रय करना आदि शामिल है।

जनपद बलिया में कृषि विपणन की वर्तमान व्यवस्थाः– जनपद बलिया में किसान अपनी उपज का अनेक प्रकार से विक्रय करता है। जनपद में कृषि उपज विपणन व्यवस्था को स्थान के आधार पर दो भागों में बॉटा जा सकता है–

अ– गाँवों में विक्रय

ब– मण्डियों में विक्रय

अ– गाँवों में विक्रय– जनपद में छोटी जोत वाले कृषकों का बाहुल्य है और उनका विपणन अतिरेक अपेक्षाकृत कम होता है। एक ओर विक्रयार्थ उपज की मात्रा का छोटा आकार और दूसरी ओर यातायात सुविधापूर्ण न होने से दूरस्थ मण्डी में पहुँचाना श्रम साध्य और खर्चीला होता है। अतः ऐसे कृषक अपनी उपज गाँव स्तर पर ही निम्नलिखित व्यक्तियों या संस्थाओं को बेच देते हैं।

1. गाँव का साहूकार या महाजन– ये लोग साहूकारी व्यवसाय करने के साथ–साथ कृषक की उपज के

अनुरूपी लेखक/संयुक्त लेखक

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
e-ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-14, No.-IV, Issues-22, YEAR- Oct.-Dec.-2021

एकत्रीकरण करने का कार्य भी करते हैं। गाँव के जो कृषक इनके ऋणी होते हैं उनसे पूर्व में ही फसल क्रय करने का सौदा कर लेते हैं। कृषक वित्तीय सुविधा प्राप्त होने के लालच में विवश होकर ऐसा करता है। चूँकि ऐसा विक्रय बलात् विक्रय होता है, अतः कृषकों को अपनी उपज का सही मूल्य नहीं मिलता। यह वर्ग एकत्रित उपज को शहर के थोक व्यापारी को बेच देता है या मण्डी में विक्रय हेतु प्रस्तुत कर देता है।

2. घूमन्तु व्यापारी–कुछ घूमते–फिरते व्यापारी, कृषकों से सम्पर्क कर उसकी उपज क्रय कर लेते हैं और किसी मध्यस्थ को या प्रत्यक्षतः मण्डी में विक्रय करते हैं। ये व्यापारी कुछ निश्चित गाँवों में भ्रमण करते हैं, जिसके कारण कृषकों से इनका परिचय हो जाता है। इस दशक के पूर्व ये व्यापारी उपज को कम मूल्य पर क्रय करने में सफल हो जाते थे लेकिन इनमें प्रतिस्पर्द्धा बढ़ने से कृषकों को उनकी उपज का लगभग उचित मूल्य मिलने लगा है।

3. गाँव के बड़े कृषक– ऐसे कृषक उपज का व्यवसाय करने के दृष्टिकोण से गाँव में उपज क्रय करते हैं। ये कृषक छोटे कृषकों को नकद या उपज के रूप में ऋण देते हैं जिनसे वे पूर्व निर्धारित शर्तों पर पुनर्भुगतान में उपज ही लेते हैं। सामान्यतः दी हुई फसल का डेढ़ गुना तक ये वसूल करते हैं। यहाँ भी कृषकों को उपज का उचित मूल्य नहीं मिलता। ये बड़े कृषक भी एकत्रित उपज व अपने उत्पादित फसल को मण्डी में लाकर बेचते हैं।

4. आढ़तिया या प्रतिनिधि– नकद फसल के मामले में कारखानों के लिए या निर्माताओं के लिए कमीशन पर आढ़तिया या प्रतिनिधि ग्राम स्तर पर ही क्रय कर लेते हैं। चूँकि बलिया जनपद में नकद फसलों का उत्पादन उतना महत्त्वपूर्ण नहीं है, अतः यह प्रथा प्रचलित नहीं है।

5. सहकारी समितियाँ– ग्राम स्तर पर सहकारी समितियाँ भी उपज एकत्रित करती हैं। यह सर्वोत्तम ढंग है। इस प्रकार के एकत्रीकरण से छोटे किसानों को परिवहन व्यय, मजदूरी तथा संग्रहण व्ययों की बचत तो होती ही है, वे विपणन की कठिनाइयों से भी बच जाते हैं। उन्हें भुगतान भी तुरन्त मिल जाता है। उपज एकत्रित करने वाली एजेंसी कृषक की परिचित होती है, अतः जहाँ तक सम्भव होता है, वह अपनी ओर से शर्त रखने में स्वतंत्र होता है।

उपर्युक्त एजेंसियाँ क्रय किये गये उपज को वर्गीकृत स्वयं करती हैं। इनके द्वारा एकत्रीकरण पहला ग्राम स्तर पर और दूसरा मण्डी स्तर पर होता है। ग्राम स्तर पर एकत्रित उपज मण्डी में विक्रयार्थ प्रस्तुत की जाती हैं।

ग्राम स्तर पर कृषक कितनी उपज बेचेगा, यह कई तथ्यों पर आधारित होता है। यातायात के साधनों की अपर्याप्तता, ग्रामीण ऋण ग्रस्तता की मात्रा, तात्कालिक मौद्रिक आवश्यकता तथा जीविकोपार्जन के लिए उत्पादन, ये सभी तथ्य ग्राम स्तर पर उपज के विक्रय को बढ़ाते हैं।

ब– मण्डियों में विक्रय– कृषक जब अपनी उपज गाँव में नहीं बेचता तो वह उसे मण्डी में विक्रय करने हेतु प्रयत्न करता है या सरकार द्वारा स्थापित खरीद केन्द्रों पर उपज दे देता है। मण्डियाँ बेकार पड़ी भूमि या सड़क के किनारे अव्यवस्थित होती है या कभी–कभी व्यस्थित ढंग के स्वतंत्र आहातों या चबूतरों वाली होती है। इन मण्डियों को विभिन्न आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है। गेहूँ विपणन प्रतिवेदन में मण्डियों को तीन प्रकार से वर्गीकृत किया गया है।

क– प्राथमिक मण्डी
ख– द्वितीयक मण्डी
ग– सीमान्त मण्डी

क– प्राथमिक मण्डियाँ– ये मण्डियाँ सामयिक होती है। स्थानीय भाषा में इन्हें उत्तर प्रदेश, बिहार और उड़ीसा में हाट और पैंठ, पश्चिम बंगाल में हाट तथा दक्षिण भारत में शैंडी कहते हैं। ये मण्डियाँ सप्ताह में एक या दो बार लगती है। इनमें कार्य दोपहर के बाद 2.00 बजे से 5.00 बजे तक होता है। ये हाट न केवल विक्रय केन्द्र होते हैं, बल्कि उस क्षेत्र की संस्कृति को भी व्यक्त करते हैं। जहाँ सड़कें होती हैं, वहाँ हाट का क्षेत्र बड़ा हो जाता है। इनमें अधिकतर उत्पादक स्वयं अपनी उपज लाकर उपभोक्ताओं को, आढ़तियों को या थोक व्यापारियों को बेचते हैं। ग्रामीण व्यापारी तथा फेरी वाले व्यापारी इन मण्डियों में उत्पादकों से उपज खरीदकर थोक व्यापारियों के पास पहुँचाते हैं। 'आल इण्डिया क्रेडिट सर्वे कमेटी' का यह मत है कि हमारे देश में किसान अपने विक्रय योग्य अतिरेक का 65 प्रतिशत भाग गाँव में ही इन प्राथमिक मण्डियों में बेच देता है। "मण्डियों में थोक व फुटकर दोनों प्रकार की बिक्री होती है।" सामान्यतः छोटे कृषक अपनी थोड़ी उपज विक्रय हेतु इन प्राथमिक मण्डियों में लाते हैं। ऐसे लोग भी अपनी एकत्रित उपज यहाँ लाकर बेचते हैं, जिन्होंने उसे अपने पारिश्रमिक के बदले में प्राप्त किया था। गाँव के खेतिहर मजदूर, शिल्पकार आदि इसी श्रेणी में आते हैं। ये सभी लोग विक्रय से प्राप्त आय से अपनी दैनिक आवश्यकताओं की वस्तुएँ इन्हीं मण्डियों से क्रय कर लेते हैं। कुछ मध्यम श्रेणी के कृषक भी अपनी उपज ऐसे बाजारों में, जो कस्बों में लगते हैं और निकट कोई द्वितीयक बाजार नहीं है, विक्रयहेतु ले जाते हैं। ऐसी बाजारों में आने वाली

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
e-ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-14, No.-IV, Issues-22, YEAR- Oct.-Dec.-2021

अधिकांश उपजें खाद्यान्न वर्ग की होती है। इन ग्रामीण मण्डियों के क्रेता क्षेत्रीय ही होते हैं। चूँकि कृषक अपने क्षेत्र की विपणन रीति से भली–भाँति परिचित होते हैं, अतः उनके लिए इन मण्डियों में व्यवहार करना अधिक सुविधापूर्ण होता है। यह उल्लेखनीय है कि प्राथमिक मण्डियों में बड़े किसान, जिनके पास काफी विपणन आधिक्य होता है, अपनी उपज नहीं बेचते।

हाट/बाजार में बिकने के लिए आने वाली उपज की मात्रा कई बातों से प्रभावित होती है। परिवहन के साधन, कृषि व्यवसाय की जीविकोपार्जन की प्रकृति, विपणेय अतिरेक का लघु रूप, गाँव से मण्डी की दूरी, थोक बाजार की कुरीतियाँ, मोलभाव करने की क्षमता, परिवहन के साधन, सहकारिता का विकास आदि घटक हाट/बाजार में आने वाली उपज की मात्रा को प्रभावित करते हैं।

ये बाजार सामान्यतः सुविधाविहिन होते हैं। इनके लिए धूप और वर्षा से रक्षा के कोई साधन नहीं होते हैं। मूल सुविधायें जैसे– पेयजल, गाड़ी व पशुओं को छायादार स्थान, विक्रय हेतु प्लेटफार्म आदि से ये वंचित हैं। जहाँ स्थानीय सत्तायें ऐसे बाजारों को संचालित करती है, वहाँ स्थिति थोड़ी अच्छी होती है।

वर्तमान में जहाँ विनियमित मण्डियाँ नहीं हैं, वहाँ के बाजार स्थानीय सत्ताये नियंत्रित करती हैं और सीमा में आने वाले विक्रेताओं से प्रदत्त सुविधाओं के बदले में शुल्क वसूल करती है। ऐसे मण्डी प्रबन्ध के संचालन में उत्पादक कृषक का कोई हाथ नहीं होता और न ही उनका कोई प्रतिनिधि उसमें होता है। ये स्थानीय सत्तायें क्रय–विक्रय पर किसी प्रकार का कानूनी नियन्त्रण नहीं रखती।

बलिया जनपद में कोई विशिष्ट बाजार नहीं है। सभी फसलें एक ही मण्डी में विक्रय हेतु प्रस्तुत की जाती है। आने वाली प्रमुख फसलों में खाद्यान्न उपजों की प्रमुखता होती है। छोटे बाजार में आस–पास के गाँवों के लोग उपभोग के लिए क्रय करते हैं और थोड़ा व्यापार होता है। बड़े असंगठित बाजार में मध्यस्थों द्वारा भी क्रय होता है। इन बाजारों में उपज खुले में, कहीं–कहीं कच्चे शेड में बोरों में या ढेरों में लगाते हैं, इससे माल खराब होता है। ऐसे बाजारों की महत्ता इसलिए अधिक है कि यहाँ व्यापारी छोटे उत्पादकों के सम्पर्क में आते हैं और दोनों ही पक्ष स्वतंत्रतापूर्वक कार्य करते हैं। दीर्घकाल में ये बाजार बड़ी मण्डियों में प्रचलित कीमतों से प्रभावित होते हैं। मण्डी सूचनाएँ प्राप्त करने का कोई साधन इन बाजारों में नहीं होता। प्रमुख रूप से बड़ी मण्डियों से लौटे व्यापारी या बड़े किसान ही मौखिक सूचना के स्रोत होते हैं। कृषकों को तुलनात्मक मूल्यों का ज्ञान नहीं होता है।

ऐसी मण्डियों में विपणन लागतें कम होती है। कृषक अपनी उपज को अपनी बैलगाड़ियों, ट्रैक्टरों से ही लाता है। लेकिन कृषकों की सौदा करने की क्षमता कम होती है, अतः अपेक्षाकृत उन्हें कम मूल्य मिलता है। स्वतंत्र और प्रतिस्पर्धी दशायें नहीं होती हैं। बड़े गाँव या कस्बे की मण्डियों में क्रेता वर्ग द्वारा फसल क्रय कर एकत्रित की जाती है और बड़ी मण्डियों में विक्रय हेतु भेजी जाती है।

ख– द्वितीयक मण्डियाँ– प्राथमिक मण्डियों के विपरीत ये मण्डियाँ दैनिक होती हैं और व्यावसायिक सौदा हेतु स्थायी स्थान प्रदान करती हैं। इनमें कार्य प्रातः काल से प्रारम्भ होता है और देर रात तक चलता रहता है। कुछ मण्डियों जैसे– मथुरा, हाथरस आदि में सौदों का निपटारा एवं भुगतान आधी रात के बाद तक भी चलता रहता है। ये मण्डियाँ मुख्यतः जिला, शहरों, अन्य नगरों व महत्त्वपूर्ण व्यापारिक केन्द्रों और रेलवे स्टेशनों के समीप होती है, ताकि दूर–दूर से आसानी से माल आ सके और विभिन्न उपभोक्ता केन्द्रों पर माल भेजा जा सके। इन्हें थोक बाजार अथवा मण्डी भी कहते हैं। इनमें अधिकांशतः कृषि उपजों की थोक बिक्री ही होती है तथा बड़े–बड़े थोक व्यापारी, आढ़तिया, दलाल आदि काम में लगे रहते हैं। प्राथमिक मण्डियों में किसान अपने कृषि उपजों की बिक्री तो करते ही हैं, साथ ही साथ कुछ किसान अपने कृषि उपजों को इन मण्डियों में स्वयं ले जाकर बेचते हैं। बलिया जनपद में इस प्रकार की 4 मण्डियाँ हैं। द्वितीयक मण्डियों को दो भागों में विभाजित किया गया है:– 1. अनियंत्रित मण्डियाँ, 2. नियंत्रित मण्डियाँ

1. अनियंत्रित मण्डियाँ– अनियंत्रित मण्डियाँ किसी निश्चित नियम द्वारा संचालित नहीं होती हैं। बिक्री दलाल के माध्यम से होती है। सर्वप्रथम किसान अपनी उपज मण्डी में ले जाकर आढ़तियों के यहाँ उतार देता है। मण्डी के दलाल, आढ़तिया व खरीददार के बीच सौदा तय करते हैं। इन मण्डियों में किसानों से भाव के बारे में कोई स्वीकृति आदि नहीं ली जाती है। सौदा दलाल तथा थोक व्यापारियों के बीच होता है। दलाल आपसी लाभ को ध्यान में रखते हुए एक मूल्य निश्चित कर देता है, जिसे किसान लेने के लिए बाध्य होता है। यही नहीं मण्डी में कई प्रकार की धोखेबाजी की कार्यवाही की जाती है और विभिन्न प्रकार के खर्चे किसान से वसूल किये जाते हैं। इस प्रकार से इन मण्डियों में किसान का शोषण अनेक प्रकार से किया जाता है। इस श्रेणी की अनियंत्रित मण्डियों में कृषकों का शोषण प्राथमिक मण्डियों की भाँति ही होता है, क्योंकि इनमें संचालित विपणन व्यवहारों पर किसी प्रकार का हस्तक्षेप या नियन्त्रण नहीं होता है। कभी–कभी सुनने में आता है कि इन

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
e-ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-14, No.-IV, Issues-22, YEAR- Oct.-Dec.-2021

मण्डियों में व्यापारी नुकसान का बहाना बनाकर कृषकों की उपज का भुगतान तक हड़प जाते हैं।

2. नियंत्रित मण्डियाँ– नियंत्रित मण्डियाँ एक विशेष प्रकार की मण्डियाँ होती है, जो राजकीय अधिनियम द्वारा नियमित होती है। इसमें सौदा करने, उपज को उतारने, तौलने, संग्रह करने व कीमत को अदा करने के विशेष नियम होते हैं। विपणन के विभिन्न खर्चे पहले से ही निर्धारित कर दिये जाते हैं। इन विशेष विधानों द्वारा स्थापित मण्डियों का एक ही उद्देश्य है कि मण्डियों की कुरीतियों को दूर करके विपणन का एक स्वस्थ वातावरण स्थापित किया जाए जिसमें किसी का शोषण न हो सके। देश में कई राज्यों ने इस प्रकार के विशेष अधिनियम पास किए हैं।

ग–सीमान्त मण्डियाँ– इस प्रकार के मण्डियों में एक देश या प्रदेश की कृषि वस्तुएँ एकत्रित करके दूसरे देश या प्रदेश में भेजी जाती हैं। ऐसी मण्डी प्रायः शहरों या बन्दरगाहों पर होती हैं, जहाँ से वस्तुएँ विदेशों को अथवा देश के कारखानों को भेजी जाती हैं। इनमें संग्रहण की क्षमता अधिक होती है। अतः गोदाम रसीदों पर बैंकों से वित्तीय सुविधा प्राप्त हो जाती है। इन मण्डियों में स्थानीय थोक बाजारों से कृषि उपजों की खरीद की जाती है। स्थानीय थोक बाजारों की भाँति सीमान्त बाजार भी विपणन सम्बन्धी कार्य करते हैं परन्तु सीमान्त मण्डियों में बड़े पैमाने पर विपणन का कार्य होता है तथा स्थानीय थोक बाजारों की अपेक्षा इसमें अधिक सुविधाएँ दी जाती हैं। वित्त का ये समुचित प्रबन्ध करती हैं। इन मण्डियों में संग्रह का भी अच्छा प्रबन्ध रहता है तथा इनमें स्थनीय थोक बाजारों से खरीदे गये कृषि उपजों का पुनः वर्गीकरण किया जाता है। यहाँ विशेष तौर पर दो प्रकार के मध्यस्थों का अधिक महत्त्व होता है। जो थोक व्यापारी तथा थोक एजेन्ट कहे जाते हैं। इन मध्यस्थों के अतिरिक्त सहकारी संस्थाओं के प्रतिनिधि तथा अन्तर्राष्ट्रीय दलाल भी महत्त्वपूर्ण व्यापारी होते हैं। भारत में ऐसी मण्डियाँ बहुत कम हैं।

घ–फुटकर मण्डी– जहाँ क्रेताओं एवं विक्रेताओं द्वारा कृषि उपजों की फुटकर खरीद–बिक्री होती है, उसे फुटकर मण्डी कहते हैं। इसे हम इस प्रकार भी कह सकते हैं कि फुटकर मण्डी वह होती है जो वास्तविक उपभोक्ता को उसकी आवश्यकता के अनुसार खरीदने का अवसर देती है। यह मण्डियाँ पूरे जनपद में विभिन्न स्थानों पर फैली हुई हैं। शहरों, कस्बों एवं गाँवों में स्थान–स्थान पर फुटकर दुकानदार पाये जाते हैं, जो कृषि वस्तुओं का विक्रय करते हैं। यही दुकानदार फुटकर मण्डी के अन्तर्गत आते हैं।

ङ–सरकार द्वारा क्रय– विगत कुछ वर्षों से सरकार द्वारा भी कृषि उपजों को क्रय किया जाता है। इस उद्देश्य से सरकार द्वारा स्थान–स्थान पर क्रय केन्द्र स्थापित कर दिये जाते हैं। इन केन्द्रों पर किसान अपनी उपज लाकर पूर्व निर्धारित मूल्य पर बेच सकते हैं। कृषि उपजों को खरीदने के लिए सरकार विभिन्न व्यवस्था करती है, इसके अन्तर्गत तीन माध्यम आते हैं– स्वयं अपने कर्मचारी द्वारा, सहकारी समितियों के द्वारा तथा भारतीय खाद्य निगम के द्वारा। इनमें भारतीय खाद्य निगम अत्यधिक महत्त्वपूर्ण है।

निष्कर्ष– वर्तमान समय में बलिया जनपद की परिस्थितियों में कुछ परिवर्तन आया है। जनपद में परिवहन एवं संचार के साधनों का विकास हुआ है तथा शिक्षा के फलस्वरूप किसानों में जागरूकता आई है। इसलिए अब वे गाँव के महाजन और साहूकार के चंगुल में नहीं फँसते। सहकारी विपणन और नियमित बाजार उपलब्ध होने से भी कृषि उपज की गाँवों में बिक्री कम हुई है। इस प्रकार धीरे–धीरे कृषि विपणन व्यवस्था में सुधार हो रहा है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. भारत सरकार, 1951–52, ग्रामीण साख समिति रिपोर्ट, नई दिल्ली, खण्ड–2.
2. शर्मा, तुलसीराम एवं जैन, सुमन चंद, 1986, बाजार व्यवस्था, आगरा।
3. गवर्नमेंट ऑफ इण्डिया, 1963, रिपोर्ट ऑफ द मार्केटिंग ऑफ ह्वीट इन इण्डिया, नई दिल्ली।
4. गुप्ता, ए0पी0, 1975, मार्केटिंग ऑफ एग्रीकल्चरल प्रोड्यूस इन इण्डिया, बम्बई।
5. भालेराव, एम0एम0, 1977, भारतीय कृषि अर्थशास्त्र, वाराणसी।
6. अग्रवाल, जी0डी0 और बंसल, पी0सी0, 1969, इकोनोमिक प्रॉब्लम ऑफ इण्डियन एग्रीकल्चर, नई दिल्ली।
7. दत्त, रूद्र एवं सुन्दरम, के0पी0एम0, 2021, भारतीय अर्थव्यवस्था, नई दिल्ली।
8. कार्यालय, अर्थ एवं संख्याधिकारी, बलिया : सामाजार्थिक समीक्षा, 2019–20.
9. अरोरा, विजय पाल सिंह, 1993, कृषि विपणन एवं कीमत विश्लेषण, पन्तनगर, नैनीताल।

*****