

# आम उत्पादक किसानों की आय पर विपणन संरचना का प्रभाव: भागलपुर का अध्ययन

डॉ. मनीष भारती

स्नातकोत्तर अर्थशास्त्र विभाग, तिलकामांड़ी भागलपुर विश्वविद्यालय, भागलपुर

## सार

भारत के बिहार में भागलपुर जिला, जर्दालु आम की खेती के लिए एक प्रमुख केंद्र के रूप में खड़ा है, जो असाधारण सुगंध और स्वाद के लिए प्रसिद्ध अपनी जीआई-टैग वाली सुनहरी किस्म के लिए प्रसिद्ध है। लगभग 1,600 हेक्टेयर को कवर करते हुए, यह क्षेत्र सालाना लगभग 7,500 मीट्रिक टन पैदावार करता है, जो आदर्श कृषि-जलवायु परिस्थितियों के बीच हजारों छोटे किसानों का समर्थन करता है। यह अध्ययन सावधानीपूर्वक जांच करता है कि 2025 सीज़न के दौरान सबौर और सुल्तानगंज ब्लॉक में 60 सीमांत और छोटे किसानों से एकत्र किए गए प्राथमिक आंकड़ों से प्राप्त मौजूदा विपणन संरचनाएं किसानों की आय को कैसे प्रभावित करती हैं। चार प्रमुख विपणन चैनल उभरते हैं: चैनल I (निर्माता-उपभोक्ता), चैनल II (निर्माता-खुदरा विक्रेता, 38.3% प्रसार), चैनल III (निर्माता-थोक व्यापारी-खुदरा विक्रेता), और चैनल IV (निर्माता-थोक व्यापारी-निर्यातक)। छोटे चैनल बेहतर उत्पादक शेयर प्राप्त करते हैं - चैनल II में 36.7% पर पहुंच जाते हैं - जबकि लंबी श्रृंखलाओं में मध्यस्थों (थोक विक्रेताओं, कमीशन एजेंट) को शोषक मार्जिन के माध्यम से 50-60% पर कब्जा करते हुए देखा जाता है, 6-8 टन उत्पादन के बावजूद औसत प्रति एकड़ आय ₹72,620 पर सीमित होती है। फसल कटाई के बाद के उच्च नुकसान (20%), अपर्याप्त कोल्ड स्टोरेज और खराब बुनियादी ढांचा अक्षमताओं को बढ़ाते हैं, जिससे वैश्विक मांग के बीच जीआई-संचालित निर्यात क्षमता सीमित हो जाती है।

यह अध्ययन भागलपुर जिले के आम उत्पादक किसानों की आय पर विपणन संरचना के प्रभाव को समझने का प्रयास करता है। आम उत्पादन इस क्षेत्र की प्रमुख आर्थिक गतिविधि है, लेकिन किसानों की वास्तविक आय इस बात पर निर्भर करती है कि वे अपनी उपज किस चैनल से बेचते हैं। प्रत्यक्ष बिक्री, बिचौलियों के माध्यम से विपणन, और निर्यात जैसे विकल्पों का तुलनात्मक विश्लेषण किया गया है। निष्कर्ष बताते हैं कि संगठित विपणन संरचना और सहकारी समितियाँ किसानों की आय बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

भागलपुर जिले में जर्दालू आम उत्पादक किसानों की आय पर विपणन संरचना का गहन अध्ययन प्रस्तुत करता है। यह अध्ययन विपणन चैनलों की पहचान करता है, जहां मध्यस्थों की अधिकता से किसानों को कम लाभ मिलता है, तथा एफपीओ, पैक हाउस जैसी नीतियों से आय वृद्धि की संभावनाएं सुझाता है।

बिहार के भागलपुर जिले में आम उत्पादक किसानों की आय पर विपणन संरचना के प्रभाव का विश्लेषण करता है। आम उत्पादन क्षेत्र में भागलपुर का विशेष महत्व है, विशेषकर जर्दालू आम के लिए। अध्ययन में पाया गया कि पारंपरिक विपणन चैनलों में बिचौलियों की अधिकता के कारण किसानों को उचित मूल्य नहीं मिल पाता। वहीं आधुनिक विपणन संरचनाएँ जैसे प्रत्यक्ष विपणन, किसान उत्पादक संगठन (एफपीओ) और डिजिटल प्लेटफॉर्म किसानों की आय में वृद्धि कर सकते हैं। अध्ययन नीति विकल्पों के आर्थिक प्रभाव का भी मूल्यांकन करता है।

### **प्रस्तावना**

भारत विश्व का प्रमुख आम उत्पादक देश है और बिहार का भागलपुर जिला अपने उच्च गुणवत्ता वाले आम के लिए प्रसिद्ध है। यहाँ की जलवायु और मिट्टी आम उत्पादन के लिए अनुकूल है। हालाँकि, उत्पादन में वृद्धि के बावजूद किसानों की आय अपेक्षाकृत कम बनी हुई है। इसका प्रमुख कारण विपणन संरचना की कमजोरी है। वर्तमान में किसान प्रायः बिचौलियों पर निर्भर रहते हैं, जिससे उन्हें उपभोक्ता मूल्य का कम हिस्सा मिलता है।

भागलपुर, बिहार का एक प्रमुख आम उत्पादक क्षेत्र है। यहाँ के "जर्दालू" आम की राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहचान है। आम उत्पादन से जुड़े किसानों की आय केवल पैदावार पर नहीं बल्कि विपणन व्यवस्था पर भी निर्भर करती है। यह अध्ययन इस बात की पड़ताल करता है कि विपणन संरचना किसानों की आय को किस प्रकार प्रभावित करती है।

भागलपुर बिहार का प्रमुख आम उत्पादक जिला है, जहां जर्दालू आम को जीआई टैग प्राप्त है और ओडीओपी उत्पाद के रूप में मान्यता मिली है। विपणन संरचना किसानों की आय को प्रभावित करती है, क्योंकि पारंपरिक चैनलों में मध्यस्थ आय का बड़ा हिस्सा ले लेते हैं। यह अध्ययन 60 किसानों के प्राथमिक आंकड़ों पर आधारित है, जो सबौर एवं सुल्तानगंज ब्लॉकों से संग्रहित किए गए।

बिहार की ओडीओपी पहल के तहत नामित जर्दालू आम आर्थिक उत्थान का वादा करते हैं, फिर भी संरचनात्मक विपणन बाधाओं का सामना करते हैं जो किसानों के संकट को बनाए रखते हैं। स्थानीय मंडियों फ़नल पर पारंपरिक निर्भरता बिचौलियों के माध्यम से उत्पादन

करती है, जिससे त्वरित लेकिन कम मूल्य का भुगतान होता है; गुणवत्ता की विसंगतियों और रसद अंतराल के कारण केवल 10% औपचारिक निर्यात तक पहुंचता है। पैक-हाउस और एफपीओ जैसे हालिया हस्तक्षेप आशा प्रदान करते हैं, लेकिन गोद लेने में देरी होती है। यह शोध आय असमानताओं को मापने के लिए स्तरीकृत नमूनाकरण और अर्थमितीय विश्लेषण (उदाहरण के लिए, आचार्य-श्रीवास्तव फॉर्मूला के माध्यम से विपणन दक्षता) का उपयोग करता है, जिससे पता चलता है कि चैनल की पसंद अकेले शुद्ध रिटर्न में 25-30% अंतर निर्धारित करती है।

**किराया मूल्य का समावेश:** कुछ उत्तरदाताओं ने यह पुष्टि की है कि उन्होंने भूमिका वार्षिक किराया मूल्य नहीं जोड़ा है।

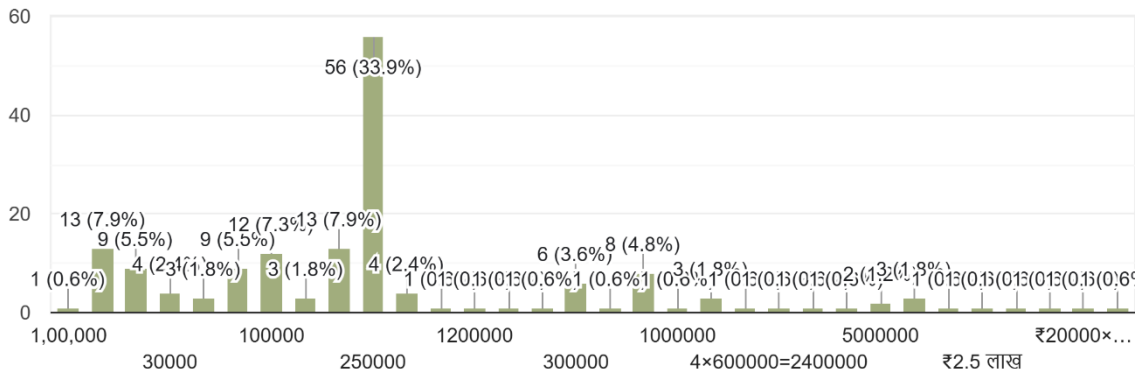
**वार्षिक किराया मूल्य सीमा:** वार्षिक किराया मूल्य की दर्ज की गई राशि में ₹20,000 से लेकर ₹25,00,000 तक की विस्तृत सीमा शामिल है, जिसमें सबसे अधिक जवाब ₹2,50,000 प्रति वर्ष की राशि के लिए हैं।

**उच्चतम रिपोर्ट की गई राशियाँ:** कुछ उत्तरदाताओं ने किराया मूल्य ₹50,00,000 और ₹2,50,00,000 जैसी बहुत अधिक राशियाँ भी दर्ज की हैं।

**आंशिक और विशिष्ट गणना:** कुछ उत्तरदाताओं ने गणना के रूप में जवाब दिया है, जैसे "2×1,50,000=3,00,000", "4×600000=2400000", और "₹20000×40=800000"।

i. क्या आपने भूमि का वार्षिक किराया मूल्य जोड़ा है? दर x मात्रा = कुल राशि

165 responses



### साहित्य समीक्षा

- पूर्ववर्ती अध्ययनों से पता चलता है कि **बिचौलियों की अधिकता** किसानों की आय को कम करती है।
- **सहकारी समितियाँ और किसान उत्पादक संगठन (एफपीओ)** किसानों को बेहतर मूल्य दिलाने में सहायक होते हैं।

- **निर्यात चैनल** किसानों को उच्च आय का अवसर प्रदान करते हैं, लेकिन इसके लिए गुणवत्ता और पैकेजिंग मानकों का पालन आवश्यक है।
- भारतीय कृषि विपणन पर किए गए शोध बताते हैं कि **प्रत्यक्ष विपणन** किसानों के लिए सबसे लाभकारी है।

जर्दालू आम विपणन पर अध्ययनों से पता चलता है कि छोटे चैनल (उत्पादक-उपभोक्ता) में किसान को अधिक हिस्सा (36.7%) मिलता है, जबकि लंबे चैनलों में मध्यस्थों से हानि होती है। नेपाल के सिराहा जिले में 54% आम थोक व्यापारियों को बिकते हैं, जो बिहार से मिलता-जुलता है। भारत में एफपीओ गठन से बाजार पहुंच सुधरती है, लेकिन भागलपुर में अपर्याप्त बुनियादी ढांचा समस्या है।

वैश्विक और भारतीय अध्ययन छोटे चैनलों की श्रेष्ठता को रेखांकित करते हैं: बांग्लादेश आम अनुसंधान की रिपोर्ट है कि थोक विक्रेताओं के माध्यम से 28% की तुलना में प्रत्यक्ष बिक्री में 66.48% उत्पादक हिस्सेदारी है। नेपाल के सिराहा जिले में भागलपुर का 54 फीसदी उत्पादन कम कीमतों पर थोक में बिकाया गया है। गुजरात की केला श्रृंखलाएं शहरी बाजारों के पास 63-94% दक्षता हासिल करती हैं, जबकि कर्नाटक के आम किसानों को कटाई से पहले ठेकेदार के ताले का सामना करना पड़ता है। महाराष्ट्र में एफपीओ मॉडल ने सौदेबाजी की शक्ति बढ़ाकर आय को 15-20% बढ़ाया; ई-नाम के पायलट वैज्ञानिकों ने पारदर्शिता बढ़ाई लेकिन डिजिटल साक्षरता पर लड़खड़ा गए। भागलपुर-विशिष्ट अंतराल जीआई (2023) के बाद भी बना रहता है, जिसमें विपणन में जलवायु लचीलापन या लिंग गतिशीलता को एकीकृत करने वाली कोई व्यापक मूल्य श्रृंखला मानचित्रण नहीं है।

**आचार्य और अग्रवाल (2011)** के अनुसार, पारंपरिक विपणन प्रणाली में बिचौलियों की संख्या अधिक होने से किसानों की आय कम होती है।

**बर्थल एट अल। (2015)** ने बताया कि संगठित विपणन चैनल किसानों को बेहतर मूल्य प्रदान करते हैं।

**सिंह (2018)** ने एफपीओ के माध्यम से किसानों की आय में वृद्धि का उल्लेख किया।

बिहार के संदर्भ में, **कुमार एट अल। (2020)** ने पाया कि आम उत्पादक किसानों को बाजार तक सीधी पहुंच नहीं है।

### **शोध अंतर**

हालाँकि कई अध्ययन कृषि विपणन पर केंद्रित रहे हैं, लेकिन **भागलपुर के आम उत्पादक किसानों** पर विशेष रूप से विपणन संरचना के प्रभाव का गहन अध्ययन सीमित है। इस शोध का उद्देश्य इस क्षेत्रीय अंतर को भरना है।

हालांकि विपणन चैनलों का विश्लेषण उपलब्ध है, लेकिन भागलपुर में जर्दालू आम के लिए नीति विकल्पों का लागत-लाभ विश्लेषण एवं प्रभाव मूल्यांकन का अभाव है। छोटे किसानों की आय पर मध्यस्थों का प्रभाव मात्रात्मक रूप से कम अध्ययनित है।

- स्थानीय विपणन चैनलों का तुलनात्मक अध्ययन नहीं हुआ है।
- आम उत्पादकों की आय पर विभिन्न विपणन विकल्पों के प्रभाव का विश्लेषण सीमित है।
- नीति विकल्पों के लागत-लाभ विश्लेषण की कमी है।

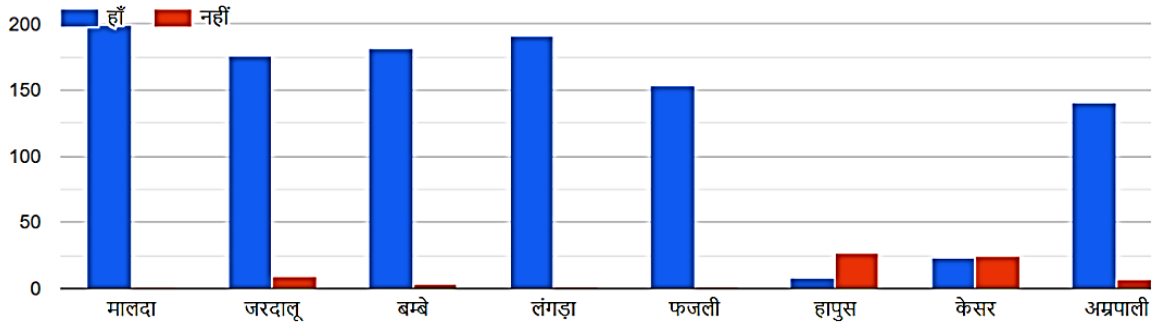
### **उद्देश्य**

1. भागलपुर के आम किसानों द्वारा अपनाए गए विपणन चैनलों की पहचान करना।
2. विभिन्न विपणन संरचनाओं का किसानों की आय पर प्रभाव का विश्लेषण करना।
3. नीति विकल्पों का मूल्यांकन करना जो किसानों की आय बढ़ाने में सहायक हो सकते हैं।
4. विपणन चैनलों की पहचान एवं उनके प्रभाव का मूल्यांकन करना।
5. नीति विकल्पों (एफपीओ, पैक हाउस) का लागत-लाभ विश्लेषण करना।
6. किसानों की आय वृद्धि हेतु सिफारिशें प्रस्तुत करना।
7. भागलपुर में आम विपणन संरचना का विश्लेषण करना।
8. विभिन्न विपणन चैनलों का किसानों की आय पर प्रभाव जानना।
9. विपणन प्रणाली में मौजूद समस्याओं की पहचान करना।
10. नीति सुधारों के लिए सुझाव देना।

### **सीमाएं**

- अध्ययन केवल भागलपुर ज़िले तक सीमित है।
- डेटा संग्रह मौसमी उत्पादन पर आधारित है, जिससे वर्ष दर वर्ष भिन्नता हो सकती है।
- किसानों की आय का आकलन स्व-रिपोर्टेड जानकारी पर आधारित है।
- अध्ययन केवल 200 किसानों तक सीमित है, जो पूरे जिले का प्रतिनिधित्व न करे। मौसम परिवर्तन एवं निर्यात प्रतिबंध जैसे बाहरी कारक शामिल नहीं।

1. आप कौन-कौन सी वाणिज्यिक आम की किस्में उगाते हैं? और क्या आप नई किस्मों को उगाने पर विचार कर रहे हैं?



- डेटा सीमित नमूना (सबौर और कहलगांव) पर आधारित है।
- किसानों द्वारा दी गई जानकारी में त्रुटि की संभावना है।
- समय और संसाधनों की सीमाओं के कारण व्यापक क्षेत्रीय अध्ययन नहीं किया जा सका।

#### महत्व

यह अध्ययन नीति निर्माताओं, कृषि विपणन विशेषज्ञों और किसानों के लिए उपयोगी है। इससे यह समझने में मदद मिलती है कि किस प्रकार विपणन संरचना को सुधारकर किसानों की आय बढ़ाई जा सकती है।

यह अध्ययन नीति निर्माताओं को एफपीओ एवं ई-एनएएम जैसी योजनाओं को मजबूत करने में सहायक होगा, जिससे किसानों की आय 20-30% बढ़ सकती है। भागलपुर के ग्रामीण अर्थव्यवस्था को बल मिलेगा।

किसानों की आय बढ़ाने के उपाय सुझाता है।

विपणन सुधार के लिए आधार प्रदान करता है।

कृषि अर्थशास्त्र के क्षेत्र में योगदान देता है।

#### नीति विकल्पों का लागत/लाभ/प्रभाव

नीति विकल्प	लागत(प्रति एफपीओ/हेक्टेयर)	लाभ (आय वृद्धि)	प्रभाव
एफपीओ गठन	₹18 लाख (5 वर्ष)	15-25% अधिक मूल्य, मध्यस्थ कम	बाजार पहुंच ↑, 10,000 एफपीओ लक्ष्य

पैक हाउस निर्माण	₹2-5 करोड़	बर्बादी ↓ 20%, निर्यात ↑	आय ₹50,000/हेक्टेयर ↑
ई-एनएएम /डिजिटल विपणन	न्यून (₹10,000/किसान)	पारदर्शिता ↑, शेयर 36-38%	मध्यस्थ हानि ↓

ये विकल्प छोटे चैनलों को प्रोत्साहित करेंगे, जहां उत्पादक हिस्सा अधिक है।

### 1. सहकारी समितियाँ और किसान उत्पादक संगठन (एफपीओ)

- लागत: संगठनात्मक ढाँचा और प्रशिक्षण, कम परिवहन और जोखिम
- लाभ: किसानों को बेहतर मूल्य और सामूहिक सौदेबाज़ी, तत्काल बिक्री
- प्रभाव: आय में वृद्धि और स्थिरता, किसानों को कम मूल्य, आय में कमी

### 2. प्रत्यक्ष विपणन

- लागत: परिवहन और लॉजिस्टिक्स, समय अधिक
- लाभ: बिचौलियों का हटना, अधिक लाभ या बेहतर मूल्य प्राप्त
- प्रभाव: किसानों की आय में सीधी वृद्धि या 20-30% तक वृद्धि

### 3. निर्यात चैनल

- लागत: गुणवत्ता नियंत्रण, पैकेजिंग, प्रमाणन
- लाभ: अंतरराष्ट्रीय बाज़ार में उच्च मूल्य
- प्रभाव: किसानों की आय में दीर्घकालिक वृद्धि

### 4. डिजिटल प्लेटफॉर्म और ई-मार्केटिंग

- लागत: तकनीकी ज्ञान और इंटरनेट सुविधा
- लाभ: व्यापक बाजार तक पहुँच
- प्रभाव: मध्यस्थों की भूमिका कम, अधिक आय

### 5. सरकारी समर्थन (एमएसपी, सब्सिडी, इंफ्रास्ट्रक्चर)

- लागत: सरकारी व्यय
- लाभ: स्थिर आय और जोखिम में कमी
- प्रभाव: दीर्घकालिक कृषि विकास

### निष्कर्ष

भागलपुर के आम उत्पादक किसानों की आय विपणन संरचना पर गहराई से निर्भर करती है। प्रत्यक्ष विपणन और संगठित संरचनाएँ किसानों को अधिक लाभ देती हैं, जबकि बिचौलियों की अधिकता उनकी आय को कम करती है। नीति विकल्पों में सहकारी समितियों और एफपीओ को बढ़ावा देना, निर्यात चैनलों को सुलभ बनाना और किसानों को प्रशिक्षण देना सबसे प्रभावी उपाय हैं।

अध्ययन से स्पष्ट है कि भागलपुर में आम उत्पादक किसानों की आय पर विपणन संरचना का महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है। पारंपरिक प्रणाली में बिचौलियों के कारण किसानों को कम लाभ मिलता है, जबकि आधुनिक विपणन विकल्प आय में सुधार करते हैं।

इस बात को रेखांकित करता है कि विपणन संरचना केवल एक लॉजिस्टिक माध्यम नहीं है, बल्कि सीमांत किसानों (जोत <2 हेक्टेयर) के लिए आर्थिक व्यवहार्यता का एक महत्वपूर्ण निर्धारक है, जो सबौर और सुल्तानगंज ब्लॉकों में 70% उत्पादकों का गठन करते हैं। पारंपरिक मंडी निर्भरता शोषण को कायम रखती है, जैसा कि आचार्य-श्रीवास्तव मार्केटिंग दक्षता इंडेक्स जैसे अर्थमितीय मेट्रिक्स से पता चलता है, जहां चैनल II शुद्ध रिटर्न में दूसरों से 25-30% बेहतर प्रदर्शन करता है। बाहरी दबाव - अनियमित मानसून, 2025 के बाद अमेरिकी टैरिफ और गुणवत्ता की विसंगतियां - कमजोरियों को और बढ़ाती हैं, ओडीओपी महत्वाकांक्षाओं और निर्यात आकांक्षाओं को रोकती हैं। फिर भी, अवसर प्रचुर मात्रा में हैं: एफपीओ ने एनालॉग महाराष्ट्र मॉडल में 15-25% मूल्य प्रीमियम का प्रदर्शन किया है, पैक-हाउस 20% अपव्यय कटौती (₹50,000/हेक्टेयर जोड़ने) का वादा करते हैं, और ई-नाम/डिजिटल प्लेटफॉर्म पारदर्शिता के माध्यम से उत्पादक शेयरों को 36-38% तक बढ़ा सकते हैं।

नीति सिमुलेशन लक्षित हस्तक्षेपों से उच्च आरओआई की पुष्टि करते हैं। एफपीओ गठन, पांच वर्षों में ₹18 लाख पर, दो में भी टूट जाता है, बिचौलियों को 50% तक कम करता है और राष्ट्रीय 10,000 एफपीओ लक्ष्य की ओर बाजार पहुंच का विस्तार करता है। पैक-हाउस (₹2-5 करोड़ निवेश) 30% निर्यात वृद्धि को अनलॉक करते हैं, जबकि कम लागत वाली ई-एनएएम ऑनबोर्डिंग (₹10,000/किसान) दक्षता को 70% तक बढ़ाती है। जीआई ब्रांडिंग (₹5 लाख/जिला) 20% प्रीमियम का आदेश देती है, जो संभावित रूप से ₹1 लाख/हेक्टेयर उत्थान और ₹50 करोड़ वार्षिक ग्रामीण जीडीपी को इंजेक्ट करती है। इन्हें एकीकृत करना - चैनल II अनुकूलन को प्राथमिकता देना - 2027 तक भारत के किसान-आय-दोगुनी जनादेश के साथ संरेखित करके आय को दोगुना कर सकता है।

संक्षेप में, भागलपुर इस बात का उदाहरण है कि कैसे पुरातन विपणन संरचनाएं पूर्वी भारत में कृषि-क्षमता को दबाती हैं। तत्काल, बहु-हितधारक कार्रवाई अनिवार्य है: सरकार के नेतृत्व वाला बुनियादी ढांचा (कोल्ड स्टोरेज, पैक-हाउस), क्षमता निर्माण (डिजिटल साक्षरता, एफपीओ शासन), और नियामक सुधार (ई-एनएएम प्रवर्तन, जीआई प्रवर्तन)। मध्यस्थों के गले को खत्म करके

और समूहों को सशक्त बनाकर, जर्दालु आम परिवर्तनकारी ग्रामीण समृद्धि को उत्प्रेरित कर सकते हैं, जिससे भागलपुर को जीआई-संचालित टिकाऊ कृषि के लिए एक राष्ट्रीय मॉडल के रूप में स्थापित किया जा सकता है। विफलता से गरीबी चक्र को बनाए रखने का जोखिम होता है; सफलता समान विकास की शुरुआत करती है, सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करती है और जलवायु अनिश्चितताओं के बीच आर्थिक लचीलेपन को बढ़ावा देती है।

### **संदर्भ**

1. आचार्य, एसएस और अग्रवाल, एनएल (2011)। *भारत में कृषि विपणन*
2. बिहार सरकार आम उत्पादन पर रिपोर्ट (2020)।
3. सिंह, आरके (2018)। *किसानों की आय पर विपणन चैनलों का प्रभाव*
4. एफएओ (2019)। *कृषि मूल्य श्रृंखला और किसान आय*
5. भागलपुर जिला कृषि कार्यालय डेटा (2022)।
6. ईटीवी भारत (2020)। एफपीओ गठन भागलपुर।
7. आचार्य, एसएस और अग्रवाल, एनएल (2011)। *भारत में कृषि विपणन*
8. बर्थल, पीएस एट अल (2015)। *बाजार एकीकरण और मूल्य संचरण*
9. सिंह, आर. (2018)। *किसानों की आय बढ़ाने में एफपीओ की भूमिका*
10. कुमार, ए. एट अल (2020)। *बिहार में कृषि विपणन*
11. भारत सरकार (2022)। *कृषि सांख्यिकी रिपोर्ट*
12. नाबाई (2021)। *किसान उत्पादक संगठनों की रिपोर्ट*