



सत्यमेव जयते

AF

Peer Reviewed Refereed  
and UGC Listed Journal  
(Journal No. 40776)

ISSN - 2277 - 5730

An International Multidisciplinary  
Quarterly Research Journal

# AJANTA

Volume IX, Issue - IV, October - December - 2020  
Marathi Part - III / IV

Impact Factor / Indexing  
2019 - 6.399 ([www.sjifactor.com](http://www.sjifactor.com))

**AJANTA PRAKASHAN**

## CONTENTS OF MARATHI PART - IV

अ. क्र.	लेख आणि लेखकाचे नाव	पृष्ठ क्र.
१	काळ्या पैशांचा उगम आणि भ्रष्टाचार श्री. सतीश दत्ताहरी पवार	१-३
२	दोन कविता, दोन कवी आणि एक टीपण श्रीमती जिज्ञासा दांडगे- वानखेडे प्रा. डॉ. रामचंद्र द. झाडे	४-६
३	शालेय विद्यार्थ्यांच्या शारीरिक क्षमतेचे मानके निश्चित करणे डॉ. प्रताप गणपती रामपुरे	७-८
४	महात्मा गांधी तंटामुक्त गाव योजना रचना आणि कार्यपद्धती भास्कर देवदत्त कसोटे	९-१५
५	कृषी किंमती आणि कृषी विपणनातील माहिती तंत्रज्ञान साधनांचा अभ्यास प्रा. डॉ. डी. के. मगर	१६-२१

## ५. कृषी किंमती आणि कृषी विपणनातील माहिती तंत्रज्ञान साधनांचा अभ्यास

प्रा. डॉ. डी. के. मगर

अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख, हुतात्मा जयवंतराव पाटील महाविद्यालय, हिमायतनगर.

### प्रस्तावना

कृषी किंमतीच्या निर्धारणाचे काही आवश्यक सिद्धांत आहेत. कृषी संबंधित समस्या आणि विपणनाच्या सर्व पैलूंचा अभ्यास करण्यासाठी व कृषिच्या समस्या सोडविण्यासाठी कृषी किंमती विषयक माहिती असणे आवश्यक असते. आजची विपणन व्यवस्था ही माहिती तंत्रज्ञानाच्या जाळ्यावर उभी आहे. उदा. ग्राहकांना नेमके काय हवे आहे, कोणत्या किंमतीत हवे आहे आणि या किंमतीत त्यांना कोणता उत्पादक पुरवठा करू शकणार आहेत. माहिती व दळणवळण तंत्रज्ञानामुळे ग्रामीण शेतकऱ्यांसमोर लक्षणीय संधी उपलब्ध झाल्या आहेत. माहिती तंत्रज्ञानामुळे कृषी विपणनास चालना मिळत असून त्यामुळे डाटाबेस आवश्यक माहिती शेतकऱ्यांना मागणी व त्याची उपलब्धता, उत्पादित मालाची प्रतवारी, पॅकिंग इत्यादी माहिती शेतकऱ्यांना उपलब्ध होत आहे.

### कृषी उत्पादनाच्या प्रमुख किंमती

#### 1. प्रशासकीय किंमत

"प्रशासकीय किंमत म्हणजे ज्या किंमती अर्थव्यवस्थेतील स्पर्धेतून निर्धारित होत नसून सरकार, बाजार मंडळ किंवा व्यापारी संघटना यांनी निश्चित केलेल्या असतात. त्यांना प्रशासित किंवा प्रशासकीय किंमत म्हणतात."

शेतकऱ्यांच्या उत्पादनाला योग्य किंमत मिळावी, सौदेबाजीवर नियंत्रण, अन्नधान्याचे वितरण योग्य किंमतीत करणे. कृषी उत्पादन वाढविणे हे प्रशासित किंमतीचे उद्दिष्टे असतात.

#### 2. निर्गम किंमत

"निर्गम किंमत किंवा विक्री किंमत म्हणजे सरकार स्वस्तधान्य दुकानातून ज्या दराने अन्नधान्याची विक्री करते त्या किंमतीला निर्गम किंमत असे म्हणतात". सरकार या किंमतीद्वारे उत्पादनाचा साठा करून त्याची स्वस्तधान्य दुकानाद्वारे विक्री करते. व्यापारी नफ्याच्या हेतूने अन्नधान्य उत्पादनाचा कृत्रिम तुटवडा निर्माण करतात त्यामुळे वस्तुच्या किंमती वाढतात यावर उपाय म्हणून सरकार कृषी, उत्पादनाचा साठा करून ठेवते आणि किंमत वाढीच्या काळात या उत्पादनाची विक्री खुल्या बाजारात केली जाते यामध्ये व्यवस्थापन व वाहतुक खर्च यांचा समावेश केला जातो.

### 3. प्रेरित किंमत

प्रेरित किंवा प्रोत्साहन किंमती ह्या शेतकऱ्यांने जोखिमयुक्त उत्पादन घेण्यासाठी जाहिर केल्या जातात. शेतकरी आपले उत्पादन या किंमतीला कोणत्याही दबावाखाली न येता उत्पादनाची विक्री करतात. तसेच देशाच्या साधनसंपत्तीत वाढ करतात. प्रेरित किंमती ह्या शेतकऱ्यांना शेतीमध्ये गुंतवणूक करण्यास, उत्पादन व उत्पादकता वाढविण्यासाठी आणि उत्पादन साधनामध्ये वाढ करण्यासाठी प्रेरित करित असतात.

### 4. बाजार किंमत

"बाजार किंमत किंवा मंडी किंमत म्हणजे कोणत्याही उत्पादनाची जी बाजारामधील किंमत असते त्यालाच बाजार किंमत असे म्हणतात". बाजार किंमतीला अल्पकालीन किंमत सुद्धा म्हणतात. बाजारातील उत्पादनाची मागणी आणि पुरवठ्यानुसार ह्या किंमती निश्चित होतात.

### 5. किमान आधारभूत किंमत (M.S.P.)

Minimum Support Price किमान आधारभूत किंमतीची संकल्पना केंद्र सरकारने सर्व प्रथम गहू उत्पादनाच्या खरेदी करिता सन 1966-67 मध्ये अमलात आणली. "किमान आधारभूत किंमत म्हणजे सरकारची खरेदी किंमत होय. एखाद्या शेतमालाची पूर्व निश्चित केलेली विक्री किंमत म्हणजेच किमान आधारभूत किंमत होय".

किमान आधारभूत किंमतीपेक्षा शेतमालाच्या किंमती खुल्या बाजारातील किंमत पातळीपेक्षा खाली आल्यास शासन, उत्पादक शेतकऱ्यांचा माल किमान आधारभूत किंमतीत खरेदी करण्यास बांधील असते आणि यामुळे शेतकऱ्यांचे होणारे संभाव्य आर्थिक नुकसान टाळता येते परंतु खुल्या बाजारातील शेतमालाच्या किंमती ह्या किमान आधारभूत किंमतीपेक्षा जास्त असल्यास उत्पादक शेतकऱ्यांना त्यांचा माल खुल्या बाजारात अधिक किंमतीत विकण्याची परवानगी असते. यामध्ये शेतकऱ्यांच्या आर्थिक हिताची जोपासना करण्याचा उद्देश असतो. किमान आधारभूत किंमती हंगाम सुरू होण्यापूर्वी जाहिर करण्यात येतात. जेणे करून शेतकरी ते उत्पादन घ्यावयाचे की नाही हे ठरवू शकतील.

### किमान आधारभूत किंमतीचे उद्दिष्टे

1. कृषी उत्पादनाच्या किंमती किफायतशीर व स्थिर ठेवणे.
2. नॉमिन व इतर कृषी निविष्टांचा पर्याप्त वापर करणे.
3. शेतकऱ्यांना नवनवीन तंत्रज्ञानाचा उपयोग करण्यास प्रोत्साहन देणे.
4. उत्पादक शेतकरी आणि उपभोक्ता यांच्या मध्ये पोषक वातावरण निर्माण करणे.
5. शेतकऱ्यांना शेती व्यवसायात टिकवून ठेवण्यासाठी आर्थिक प्रोत्साहन देणे इत्यादी.

### किमान आधारभूत किंमती निर्धारित करणारे घटक

1. प्रति हेक्टर किंवा प्रति किंवल पिकांचा उत्पादन खर्च.
2. कृषी निविष्टांच्या किंमती मधील चढ उतार.

3. निविष्ठा आणि उत्पादन यांच्या किंमती मधील समतोल.
4. कृषी मालाच्या खुल्या बाजारातील किंमत बदलाची दिशा.
5. कृषी उत्पादनाची मागणी व पुरवठा.
6. पिकांतर्गत किंमती मधील संतुलन.
7. औद्योगिक खर्चाच्या संरचनेवर होणारा परिणाम.
8. लोकांच्या राहणीमानात होणारे बदल.
9. सर्वसाधारण किंमत पातळीवर होणार परिणाम.
10. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर किंमती विषयक परिस्थिती.
11. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर देशाचे आयात-निर्यात विषयक धोरण.
12. उपभोक्त्यांच्या किंमती आणि उत्पादकाला मिळालेल्या किंमती यांच्या मधील समतोल.
13. कृषी विषयक अनुदानाचे परिणाम.
14. शासकीय अन्नधान्य वितरण प्रणालीवर होणारे संभाव्य परिणाम.
15. किंमती विषयक इतर अनुषंगिक बाबी.

### कृषी विपणनातील माहिती तंत्रज्ञानाची साधन

कृषी व्यवसाय करण्यासाठी तसेच कृषिमाल बाजाराच्या माहितीचा प्रसार करण्यासाठी खालील माहिती तंत्रज्ञानाची साधने वापरली जातात.

1. मार्कनेट
2. अँगमार्कनेट
3. कॉमर्स

#### 1. मार्कनेट

मार्कनेट म्हणजे महाराष्ट्रातील कृषिमाल बाजाराच्या चातुर्याबद्दलचे निर्माण केलेले जाळे (Agricultural Marketing Intelligence Network) होय. महाराष्ट्र राज्य कृषी विपणन मंडळ यांनी मार्कनेट म्हणून महाराष्ट्रातील कृषी उत्पन्न बाजार समितीच्या जाळ्याची स्थापना केली. या योजने अंतर्गत महाराष्ट्रातील कृषी उत्पन्न बाजार समित्या इंटरनेटद्वारे संगणकाने जोडल्या गेल्या आहेत. याद्वारे कृषी विपणनातील माहितीची देवाणघेवाण केली जाऊ शकते. तसेच कृषी विपणनाशी संबंधित एकूण 52 कृषी उत्पन्न बाजार समितीमध्ये माहितीचे प्रसारण केले जाते. मार्कनेट सुरू करण्याचा मुख्य उद्देश म्हणजे शेतकऱ्यांसाठी दररोजच्या मालाची आवक व किंमती यांची माहिती प्रसारित करणे. तसेच कृषिमालाला रास्तभाव मिळवण्यासाठी कृषिमाल कोठे व केंव्हा विकावा हा होय. याची सध्या महाराष्ट्रात मार्कनेटचे एकूण 200 नोडस कार्यरत आहेत.

## 2. अँगमार्कनेट

डायरेक्टोरेट ऑफ मार्केटींग अँड इन्स्पेक्शन कृषी मंत्रालय, भारत सरकार यांनी राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केंद्र दिल्ली यांच्यामार्फत अँगमार्कनेट ही योजना राबविली आहे. या योजनेचा मुख्य उद्देश देशातील सर्व कृषी उत्पन्न बाजार समित्यातील अंतर्गत कामकाजात सुसूत्रता व पारदर्शकता आणणे तसेच सर्व बाजार समित्यांचे एकत्रित, राज्य कृषी पणन मंडळ, संचालनालये, देशभरातील कृषी विपणनाची प्रादेशिक कार्यालये व शेतकरी यांना उपलब्ध करून देणे हा आहे. सद्यःस्थितीत अँगमार्कनेट हा प्रकल्प 735 कृषी उत्पन्न बाजार समित्या तसेच राज्य कृषी विपणन मंडळे राबवत असून अकराव्या पंचवार्षिक योजनेच्या अखेरीस आणखी सुमारे 2000 बाजारपेठांमध्ये हा प्रकल्प राबविण्यात येईल. राज्य पणन मंडळातर्फे महाराष्ट्र राज्यात पाच टप्प्यात सर्व 291 मुख्य कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांचे संगणकीकरण पूर्ण झाले आहे. शिवाय 54 उपबाजारांचेही संगणकीकरण करण्यात आले आहे. पणन मंडळाच्या [www.msamb.com](http://www.msamb.com) या संकेत स्थळावर एकूण 345 बाजार समित्यातील सर्व शेतमालाचे दैनंदिन बाजारभाव व आवक यामुळे एकत्रितरित्या उपलब्ध झाले आहेत.

या योजनेमुळे शेतकऱ्यांना बाजार विषयक माहिती, बाजारभाव, मागणी, उपलब्धता इत्यादी माहिती मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध होणार आहे. शेतकऱ्यांना आपला उत्पादित माल देशांतर्गत कोठेही विकता येत असल्याने या माहितीच्या आधारे शेतकऱ्यांना निश्चित स्वरूपात जास्त पैसे मिळू शकतात. या प्रकल्पाचे प्रमुख फायदे खालीलप्रमाणे :-

1. राष्ट्रीय बाजारपेठेमधील विविध बाबींची अद्ययावत माहिती उपलब्ध होते.
2. या प्रकल्पास संबंधित इतर विभागांची तसेच राज्य विपणन मंडळाची मान्यता आहे.
3. इंटरनेटद्वारे योजनांची माहिती उपलब्ध होते.
4. शेतकऱ्यांना समजण्याकरिता त्यांच्या मातृभाषेत माहिती उपलब्ध होते.
5. बाजारपेठांना संगणक व संबंधीत साहित्य पुरविण्यात येते.
6. दैनंदिन बाजारभाव समजण्याकरिता सॉफ्टवेअरची निर्मिती केली.
7. वेगवेगळ्या बाजारपेठेमधील माहिती उपलब्ध होते.
8. बाजारपेठांचे व बाजारभावांचे आठवड्यातील कल समजतात.
9. या व्यतिरिक्त कर्ज धोरण, नियम, निर्बंध याबाबत माहिती मिळते.
10. यामध्ये दलालांना स्थान नाही.
11. मित्र, मार्गदर्शक संस्था, स्वयंसेवी संस्था, कृषी विज्ञान केंद्र, स्वयंसहाय्यता समुह इत्यादी मार्फत प्रसार केला जातो.
12. ज्या शेतकऱ्यांशी थेट संपर्क साधू शकत नाही अशा शेतकऱ्यांपर्यंत संपर्क साधण्याचा प्रयत्न होतो.
13. कृषी माहितीवर आधारित विपणन व विस्तार व्यवस्था.
14. दलालांचा प्रभाव कर्मा करता येतो.
15. निर्यातक्षम बाजारपेठांशी त्वरीत संपर्क, बहुराष्ट्रीय व्यापाऱ्यांना स्थानिक व्यापाऱ्यांशी त्वरीत संपर्क करता येतो.

16. पडेल बाजारभावाने मालाच्या विक्रीत घट.  
17. अँगमार्केनेट माध्यमातून प्रामाण शेतकऱ्यांना अर्थव्यवस्थेच्या माध्यमातून प्रवाहात सामील करून घेण्याचा प्र  
होतो.

### 3. ई-कॉमर्स

दोन किंवा दोन पेक्षा जास्त संस्थांमध्ये संगणकामार्फत केल्या जाणाऱ्या व्यवसायाच्या व्यवहार प्रक्रियेला ई-कॉम  
म्हणतात. ई-कॉमर्सचा मोठ्या प्रमाणावर वापर होतांना दिसत नाही. तरी पण ई-कॉमर्स मार्फत कृषी निविष्टांच्या आणि कृ  
उत्पादनाच्या व्यवहारासाठी सध्या बराचसा वाव आहे. तनराज आणि बोस यांच्या मते, अमेरिकेमधील पेरू देशाच्या खेड्यातील  
शेतकऱ्यांनी ई-कॉमर्स मार्फत अमेरिका येथे शेतमाल विकल्याने त्या शेतकऱ्यांचे उत्पन्न पाच पटीने जास्त वाढल्याचे आढळून  
आले.

### 4. वायदे बाजार

वायदे बाजार म्हणजे भविष्यातील खरेदी विक्रीचा व्यवहार होय. वायदे बाजार हा भविष्यातील किंमती संशोधित  
करणारा सर्वात कार्यक्षम बाजार आहे, कारण या बाजारात भाग घेणारे दलाल हे अद्ययावत किंमत, संवेदनशिल माहितीच्या  
आधारे व्यवहार करतात.

ज्या बाजारामध्ये वस्तूंच्या खरेदी विक्रीचा व्यवहार वर्तमानकाळात म्हणजे चालू तारखेला ठरतो; पण त्या वस्तूचा  
प्रत्यक्ष देणे घेणे व्यवहार भविष्यकाळात ठरविलेल्या निश्चित तारखेला करायचा असतो, त्याला वायदे बाजार असे म्हणतात.  
वायदे बाजार किंवा अग्रिम किंवा आगाऊ बाजार यामध्ये सर्वसाधारणपणे वस्तूंची प्रत्यक्ष देवाण-घेवाण होत नाही, तर खरेदीदार  
आणि विक्रेता यांच्या दरम्यान त्या व्यवहारातील फायदा अगर तोटा होणाऱ्या रक्कमेची देवाण-घेवाण होत असते.

शेतमालाच्या किंमतीत होणाऱ्या अप्रमाणित व हानीकारक व्यापारावर नियंत्रण राखण्यासाठी केंद्र सरकारने दी फॉवर्ड  
कॉन्ट्रॉक्स (Regulation) ॲक्ट 1952 हा कायदा केला. या कायद्याचा मुख्य हेतू वायदे बाजारामध्ये चालणाऱ्या देवाण-  
घेवाण्याच्या व्यवहारावर नियंत्रण राखणे, वस्तूंच्या जुगारी स्वरूपातील करारावर बंदी घालणे आणि वायदे बाजाराशी संबंधित  
इतर निर्णय घेणे हा आहे. ही कामे वायदे बाजार आयोगाच्या सहकार्याने केली जातात. या कायद्यातील कलमांच्या आधारे  
वेळोवेळी वस्तूंच्या किंमतीमध्ये दिसणाऱ्या सड्याच्या प्रवृत्तीवर लक्ष ठेवून सरकार निरनिराळ्या वस्तूंच्या वायदे बाजारावर निर्बंध  
घालत असते.

एकोणीसाव्या शतकाच्या अखेरीपासून वस्तूंच्या वायदे बाजार प्रचलित आहे. सर्वात प्रथम कापसासाठी मुंबई येथे सन  
1885 साली वायदे बाजार स्थापन करण्यात आला. गळीत धान्यासाठी मुंबईतच सन 1900 साली, तागासाठी कलकत्ता येथे सन  
1912 साली तर हापूर येथे सन 1913 साली गव्हाच्या वायदे बाजाराची निर्मिती करण्यात आली.

### वायदे बाजाराचे शेतकऱ्यांसाठी महत्त्व

वायदे बाजाराची संकल्पना डिसेंबर 2013 पासून सुरू झालेली असून त्यात तीन लाख कोटी रूपयांची गुंतवणूक आहे.  
आज वायदे बाजारातील एकूण 57 वस्तूपैकी 48 वस्तू कृषिशी निगडित आहेत. वायदे बाजार ही संकल्पना शेतकऱ्यांसाठी आणि  
एकूणच शेती व्यवसायासाठी अत्यंत महत्त्वाची बाब आहे. कारण आज इतर बाजारपेठेत शेतमालाचे भाव कधीही शेतकऱ्यांना

सांगितले जात नाहीत किंवा त्यांच्यासमोर मांडले जात नाही. आजही शेतमालाचे भाव उरविण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य व्यापाऱ्यांनाच आहे आणि अनेकदा कोणत्या भावाने शेतमाल विकला हे शेतकऱ्याला त्यांच्या हातात पट्टी पडल्यानंतर समजते. ही फारच दुर्दैवी बाब आहे.

वायदे बाजारामुळे शेतकरी आपल्या कृषी हवामान विभागानुसार विविध पीक पद्धती आणि उत्पादन तंत्रज्ञानाचा योग्य वापर करून जास्त नफा मिळवू शकतात. तसेच शेतीचे उत्पादन मिळाल्यानंतर गोडाऊन मध्ये साठवणूक, निघालेल्या उत्पादनावर कर्ज आणि विमा यासारख्या सोयी वापरून योग्य वेळी योग्य किंमतीत शेतमाल विकू शकतो. बहुतेक भारतीय शेतकरी हे छोटे आणि समसिमांत प्रकारचे असल्यामुळे भविष्यातील किंमतीची अद्ययावत माहिती घेऊन त्यांना आपली पीक पद्धती ठरविता येते आणि त्यानुसार गुंतवणूक विषयक निर्णय घेण्यास त्यांना मदत होवू शकते. जागतिक बाजारपेठेत आयात निर्यातीचा प्रवाह योग्य प्रमाणात ठेवण्यातही वायदे बाजाराचा मोलाचा वाटा आहे. यामुळे शेतमालाची निर्यात जागतिक बाजारपेठेत वाढू शकते. या सर्व बाबींचा शेती विकासाच्या दृष्टीने विचार केला तर दीर्घकालीन उपाय म्हणून वायदे बाजार ही संकल्पना फारच उपयुक्त आहे.

#### सारांश

आशा प्रकारे भारतीय शेतकऱ्यांना कृषी उत्पादनातील किंमतीमध्ये कशामुळे बदल होतात व त्यांच्या बदलाची प्रवृत्ती कोणत्या घटकारक अवलंबून असते. ग्राहकांना नेमके काय हवे आहे, कोणत्या किंमतीत हवे आहे आणि या किंमतीत त्यांना कोणता उत्पादक पुरवठा करू शकणार आहेत तसेच माहिती व दळणवळण तंत्रज्ञानामुळे ग्रामीण शेतकऱ्यांसमोर लक्षणीय संधी उपलब्ध झाल्या आहेत. माहिती तंत्रज्ञानामुळे कृषी विपणनास चालना मिळत असून त्यामुळे डाटाबेस आवश्यक माहिती शेतकऱ्यांना मागणी व त्याची उपलब्धता, उत्पादित मालाची प्रतवारी, पॅकिंग इत्यादी माहिती शेतकऱ्यांना उपलब्ध होत आहे असे सारांश रुपाने सांगता येते.

#### संदर्भ

1. भोसले, काटे, दामाजी (2009); कृषी व्यवसाय, फडके प्रकाशन, कोल्हापूर.
2. कातकडे जे. एल. (2013); पीक लागवड खर्चाविषयी संक्षिप्त टिप्पणी, कृषी अर्थशास्त्र व संख्याशास्त्र विभाग, मराठवाडा कृषी विद्यापीठ, परभणी.
3. मराठवाडा कृषी विद्यापीठ (2013); कृषी दैनंदिनी, विस्तार शिक्षण संचालनालय, मराठवाडा कृषी विद्यापीठ, परभणी.
4. पोवळे, टकले, खंदारे (2012), कृषी विकासाचे अर्थशास्त्र, चिन्मय प्रकाशन, औरंगाबाद.
5. मनोहरचंद्र पांडे (2011); कृषी विपणन, डिस्कवरी पब्लिशिंग हाऊस, नई दिल्ली.
6. कविमंडन विजय (2002), कृषी अर्थशास्त्र, मंगेश प्रकाशन, नागपूर.

Asslt. Prof.  
Hut. Jaywantrao Patil Mahavidyalaya  
Himayatnagar Tq. Himayatnagar Dist. Nanded