

## बिहार राज्य के कृषि विकास में विपणन व्यवस्था की भूमिका

डॉ. मनोज कुमार

नावकोठी, बेगूसराय

### प्रस्तावना

भारत के हृदय स्थल में स्थित बिहार राज्य कृषि प्रधान अर्थव्यवस्था का एक जीवंत उदाहरण है। यहाँ की उपजाऊ मिट्टी, समृद्ध जल संसाधन और प्राचीन कृषि परंपराएँ इसे देश का एक प्रमुख कृषि केंद्र बनाती हैं। राज्य की कुल जनसंख्या का लगभग 75 प्रतिशत भाग कृषि तथा इससे जुड़े संबद्ध क्षेत्रों—जैसे पशुपालन, मत्स्य पालन, डेयरी तथा कृषि-आधारित उद्योगों—पर पूर्णतः निर्भर है। राज्य की अर्थव्यवस्था में कृषि का योगदान लगभग 20 प्रतिशत है, जो न केवल रोजगार का मुख्य स्रोत है बल्कि ग्रामीण विकास की नींव भी है। कुल भौगोलिक क्षेत्रफल का करीब 84 प्रतिशत भाग कृषि योग्य भूमि के रूप में उपलब्ध है, जो बिहार को देश के अन्य राज्यों से अलग पहचान प्रदान करती है। यहाँ धान, गेहूँ, मक्का, विभिन्न प्रकार की दालें, गन्ना, विश्व प्रसिद्ध शाही लीची, मखाना (फॉक्स नट) तथा सब्जियों की भरपूर विविधता का बड़े पैमाने पर उत्पादन होता है। 2024-25 के तृतीय अग्रिम अनुमान के अनुसार बिहार में खाद्यान्न उत्पादन लगभग 226.81 लाख मीट्रिक टन रहने का अनुमान है, जबकि सब्जियों का उत्पादन 160 लाख टन से भी अधिक है। ये आँकड़े स्पष्ट रूप से दर्शाते हैं कि बिहार कृषि उत्पादन की दृष्टि से कितना समृद्ध है और यहाँ की मिट्टी किसानों के लिए कितनी अनुकूल है। किंतु दुर्भाग्यवश, इन विशाल उत्पादन आँकड़ों के बावजूद किसानों की आय में वांछित वृद्धि नहीं हो पा रही है और कृषि विकास की गति भी अपेक्षित स्तर पर नहीं पहुँच पाई है। इसका मुख्य कारण अपर्याप्त, कमजोर तथा अपर्याप्त रूप से संगठित कृषि विपणन व्यवस्था है। कृषि विपणन व्यवस्था वास्तव में उत्पादन के क्षेत्र से लेकर अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचाने की सम्पूर्ण श्रृंखला है। इसमें संग्रहण, भंडारण, परिवहन, ग्रेडिंग, पैकेजिंग, गुणवत्ता निर्धारण, मूल्य निर्धारण तथा अंतिम विक्रय जैसी अनेक महत्वपूर्ण कड़ियाँ शामिल हैं। एक सशक्त विपणन व्यवस्था न केवल किसानों को उनके उत्पाद का उचित एवं लाभकारी मूल्य दिलाती है, बल्कि उत्पादन को प्रोत्साहित भी करती है तथा समग्र कृषि अर्थव्यवस्था को मजबूत एवं गतिशील बनाती है।

बिहार राज्य के कृषि विकास में विपणन व्यवस्था की महत्वपूर्ण भूमिका का विस्तृत विश्लेषण किया गया है। साथ ही वर्तमान समय में विद्यमान चुनौतियों—जैसे मध्यस्थों का प्रभुत्व, परिवहन सुविधाओं की कमी, भंडारण की अपर्याप्तता, सूचना की कमी तथा बाजार की अस्थिरता—का भी गहन अध्ययन प्रस्तुत किया गया है। अंत में इन समस्याओं के समाधान हेतु संभावित सुधारों, नीतिगत हस्तक्षेपों तथा आधुनिक प्रौद्योगिकी के उपयोग की संभावनाओं पर भी विचार किया गया है। इस प्रकार यह निबंध बिहार की कृषि को नई ऊँचाइयों तक ले जाने के लिए विपणन व्यवस्था को मजबूत बनाने की दिशा में एक सार्थक प्रयास है।

**मुख्य शब्द:** कृषि विपणन व्यवस्था, बिहार कृषि विकास, किसान आय वृद्धि, मध्यस्थ प्रभुत्व, किसान उत्पादक संगठन (FPO), ई-नाम प्लेटफॉर्म, भंडारण एवं कोल्ड चेन, मूल्य संरक्षण।

### बिहार में कृषि की वर्तमान स्थिति

बिहार आज भी भारत की कृषि की धड़कन है। इसकी उपजाऊ गंगा की मिट्टी, भरपूर जल संसाधन और किसानों की अथक मेहनत इसे देश के प्रमुख कृषि-प्रधान राज्यों में स्थापित करती है। राज्य की कुल जनसंख्या का लगभग 75 प्रतिशत हिस्सा कृषि और संबद्ध क्षेत्रों पर निर्भर है, जबकि अर्थव्यवस्था में कृषि का योगदान करीब 20 प्रतिशत है। कुल भौगोलिक क्षेत्रफल का 84 प्रतिशत

कृषि योग्य भूमि होने के बावजूद, वास्तविक स्थिति में समृद्धि और चुनौतियाँ एक साथ विद्यमान हैं। 2024-25 के अंतिम अनुमानों के अनुसार बिहार में खाद्यान्न उत्पादन ने रिकॉर्ड 247.83 लाख मीट्रिक टन का आंकड़ा छुआ है। धान, गेहूँ और मक्का के साथ-साथ दालों, गन्ने तथा मोटे अनाजों में भी उल्लेखनीय वृद्धि दर्ज की गई है। राज्य सब्जी उत्पादन में देश में चौथा और फल उत्पादन में आठवाँ स्थान रखता है। शाही लीची का उत्पादन राष्ट्रीय उत्पादन का 71 प्रतिशत और मखाना का लगभग 85-90 प्रतिशत हिस्सा बिहार से ही आता है। मक्का उत्पादन तेजी से बढ़ रहा है, जो अब एथेनॉल और पोल्ट्री फीड के लिए भी महत्वपूर्ण हो गया है। संबद्ध क्षेत्रों में भी प्रगति स्पष्ट है—2025-26 के आर्थिक सर्वेक्षण के अनुसार दूध उत्पादन में 4.2 प्रतिशत, अंडे में 10 प्रतिशत और मछली उत्पादन 9.6 लाख टन तक पहुँच गया है। इन सकारात्मक आँकड़ों के पीछे सरकारी प्रयासों का भी बड़ा हाथ है। सिंचाई सुविधा 61 प्रतिशत भूमि तक पहुँच चुकी है। मुख्यमंत्री कृषि सड़क योजना, बीज वितरण कार्यक्रम, मिट्टी स्वास्थ्य कार्ड और जैविक खेती को बढ़ावा देने वाली योजनाओं ने उत्पादकता को सहारा दिया है। छोटे किसानों की आय बढ़ाने के लिए बागवानी, मत्स्य पालन और डेयरी को प्राथमिकता दी जा रही है। परिणामस्वरूप कई जिलों में किसान अब पारंपरिक फसलों से आगे बढ़कर उच्च मूल्य वाली फसलों की ओर रुख कर रहे हैं।

फिर भी वास्तविकता इससे कहीं अधिक जटिल है। अधिकांश किसान छोटे जोत (औसत 0.5 हेक्टेयर से कम) वाले हैं, जिससे मशीनीकरण और आधुनिक तकनीक का उपयोग सीमित रह जाता है। उत्तरी बिहार में बाढ़ और दक्षिणी भाग में सूखे की समस्या हर साल फसलों को नुकसान पहुँचाती है। विपणन व्यवस्था अभी भी कमजोर है—मध्यस्थों का दबदबा, कोल्ड स्टोरेज की कमी और उचित मूल्य न मिलने से किसानों की मेहनत का बड़ा हिस्सा बर्बाद हो जाता है। जलवायु परिवर्तन, मिट्टी की उर्वरता में कमी और युवाओं का कृषि से पलायन भी गंभीर चुनौतियाँ हैं। कुल मिलाकर बिहार की कृषि आज एक संक्रमण काल से गुजर रही है। एक ओर रिकॉर्ड उत्पादन और विविधीकरण की संभावनाएँ हैं, तो दूसरी ओर संरचनात्मक कमजोरियाँ अभी भी किसानों की आय को सीमित रखती हैं। यदि विपणन, सिंचाई, बीमा और मूल्य संरक्षण को और मजबूत किया जाए, तो यह क्षेत्र न केवल राज्य की अर्थव्यवस्था को नई ऊँचाई देगा बल्कि करोड़ों किसानों के जीवन को भी सार्थक बना सकेगा। बिहार की कृषि की वर्तमान स्थिति आशा और संघर्ष का अद्भुत मिश्रण है—जिसे सही दिशा मिलने पर यह राज्य को कृषि-क्रांति का नया केंद्र बना सकती है।

### **विपणन व्यवस्था की अवधारणा एवं बिहार में इसका विकास**

कृषि विपणन व्यवस्था कृषि अर्थव्यवस्था की रीढ़ है। यह केवल फसल की बिक्री नहीं, बल्कि उत्पादन के क्षेत्र से लेकर अंतिम उपभोक्ता तक की सम्पूर्ण यात्रा है। इसमें संग्रहण, भंडारण, परिवहन, ग्रेडिंग, पैकेजिंग, गुणवत्ता निर्धारण, मूल्य-निर्धारण और विक्रय जैसी अनेक कड़ियाँ शामिल हैं। एक सशक्त विपणन व्यवस्था किसान को उचित मूल्य सुनिश्चित करती है, उत्पादन को प्रोत्साहन देती है और कृषि को लाभकारी व्यवसाय में बदल देती है। बिना प्रभावी विपणन के कितना भी अधिक उत्पादन क्यों न हो, किसान की आय सीमित रह जाती है और कृषि विकास की गति मंद पड़ जाती है।

भारत में कृषि विपणन की जड़ें प्राचीन काल से जुड़ी हैं, जहाँ स्थानीय हाट-बाजारों के माध्यम से आदान-प्रदान होता था। स्वतंत्रता के बाद इसे व्यवस्थित रूप देने के लिए कृषि उत्पाद विपणन समितियों (APMC) की स्थापना की गई। इन समितियों का उद्देश्य था मध्यस्थों को सीमित करना, पारदर्शी मूल्य निर्धारण करना और किसानों को संरक्षण देना। समय के साथ यह व्यवस्था डिजिटल युग में पहुँच गई है, जहाँ ई-ट्रेडिंग, वेयरहाउसिंग, एफपीओ (किसान उत्पादक संगठन) और ई-नाम (National Agriculture Market) जैसी पहलें बाजार को एक राष्ट्र, एक बाजार की अवधारणा की ओर ले जा रही हैं। बिहार में विपणन व्यवस्था का विकास एक अनोखी यात्रा रही है। 1960 में बिहार कृषि उत्पाद विपणन अधिनियम लागू होने के बाद राज्य में विनियमित मंडियों का जाल बिछा। ये मंडियाँ किसानों को सुनिश्चित बाजार और न्यूनतम समर्थन मूल्य उपलब्ध कराती थीं। किंतु 2006 में राज्य सरकार ने इस अधिनियम को निरस्त कर दिया। उद्देश्य था निजी क्षेत्र को प्रोत्साहित करना, मध्यस्थों की भूमिका कम करना और किसानों को सीधे खरीदारों से जोड़ना। इस निर्णय ने बिहार को देश का पहला राज्य बना दिया जहाँ कोई औपचारिक APMC व्यवस्था नहीं रही। परिणामस्वरूप मंडियों का रखरखाव घटा, लेकिन निजी खरीदारी बढ़ी। किसान अब अधिकतर फार्मगेट

पर ही अपनी उपज बेचने लगे। इस बदलाव के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों पहलू सामने आए। एक ओर लीची, मखाना और सब्जियाँ जैसे नगदी फसलों में विविधीकरण बढ़ा और निर्यात को बढ़ावा मिला। दूसरी ओर मध्यस्थों का दबदबा बना रहा, मूल्य में अस्थिरता बढ़ी और छोटे किसानों को उचित दाम नहीं मिल पाए। मंडियों की हालत खराब हो गई और बुनियादी ढाँचे की कमी स्पष्ट दिखने लगी।

इन चुनौतियों को दूर करने के लिए बिहार सरकार ने पिछले एक दशक में कई ठोस कदम उठाए हैं। कृषि रोडमैप के तहत एफपीओ को मजबूत किया गया है, जिससे हजारों किसान सामूहिक रूप से बाजार में भाग ले रहे हैं। ई-नाम प्लेटफॉर्म से कुछ बाजारों को जोड़ा गया है, कोल्ड स्टोरेज और वेयरहाउसिंग सुविधाएँ बढ़ाई गई हैं। 2025 में पटना में आयोजित “बिहार में कृषि विपणन: चुनौतियाँ और समाधान” कार्यशाला में मंत्री राम कृपाल यादव ने उचित मूल्य, आधुनिक मंडी और मूल्य संरक्षण पर जोर दिया। बिहार कृषि विपणन नेटवर्क परियोजना के तहत मूल्य श्रृंखला को मजबूत करने, निर्यात बढ़ाने और किसानों की क्षमता निर्माण पर कार्य हो रहा है। आज बिहार की विपणन व्यवस्था संक्रमण काल से गुजर रही है। एक ओर डिजिटल और निजी भागीदारी की संभावनाएँ हैं, तो दूसरी ओर अभी भी पारदर्शिता, बुनियादी ढाँचा और किसान-केंद्रित नीतियों की जरूरत है। यदि इन प्रयासों को निरंतरता और गति मिली, तो बिहार न केवल अपने कृषि उत्पादन को बल्कि किसानों की समृद्धि को भी नई ऊँचाई दे सकता है। विपणन व्यवस्था का सही विकास ही बिहार की कृषि को सच्ची क्रांति की ओर ले जा सकता है।

### **कृषि विकास में विपणन व्यवस्था की भूमिका**

कृषि विकास की सफलता का सबसे महत्वपूर्ण आधार विपणन व्यवस्था है। यह केवल फसल बेचने की प्रक्रिया नहीं, बल्कि किसान की मेहनत को आर्थिक मूल्य में बदलने का सेतु है। जब उत्पादन के बाद उपज उचित समय पर, उचित मूल्य पर और उचित बाजार तक पहुँचती है, तभी कृषि वास्तव में लाभकारी व्यवसाय बन पाती है। बिना सशक्त विपणन के कितना भी अधिक उत्पादन क्यों न हो, किसान की आय सीमित रह जाती है, पुनर्निवेश रुक जाता है और समग्र कृषि विकास की गति मंद पड़ जाती है। विपणन व्यवस्था कृषि विकास में चार प्रमुख भूमिकाएँ निभाती है। पहली, उचित मूल्य सुनिश्चित करना। जब किसान को अपनी उपज का लाभकारी दाम मिलता है, तो वह नई तकनीक, बेहतर बीज, सिंचाई और मशीनीकरण में निवेश करने का साहस करता है। दूसरी, उत्पादन को प्रोत्साहन देना। प्रभावी विपणन से बाजार की माँग का संकेत मिलता है, जिससे किसान पारंपरिक फसलों से आगे बढ़कर उच्च मूल्य वाली फसलों—जैसे बागवानी, मशरूम, मखाना या फूल—की ओर रुख करते हैं। तीसरी, ग्रामीण रोजगार सृजन। संग्रहण, भंडारण, परिवहन, ग्रेडिंग, पैकेजिंग और प्रसंस्करण जैसी गतिविधियाँ लाखों युवाओं को स्थानीय स्तर पर रोजगार देती हैं। चौथी, कृषि अर्थव्यवस्था को मजबूत करना। अच्छी विपणन व्यवस्था से निर्यात बढ़ता है, विदेशी मुद्रा आती है और समग्र राज्य की जीडीपी में कृषि का योगदान बढ़ता है।

बिहार में विपणन व्यवस्था की भूमिका और भी निर्णायक है। यहाँ 75 प्रतिशत जनसंख्या कृषि पर निर्भर है और औसत जोत आकार मात्र 0.5 हेक्टेयर है। ऐसी स्थिति में छोटे किसान केवल तभी टिक पाते हैं जब उनकी उपज को मध्यस्थों के चंगुल से बचाकर सीधे बाजार तक पहुँचाया जाए। शाही लीची का उदाहरण सर्वोत्तम है। बिहार देश का 71 प्रतिशत लीची उत्पादन करता है, लेकिन पहले विपणन की कमी से किसानों को केवल 30-40 प्रतिशत ही लाभ मिलता था। अब एफपीओ, कोल्ड स्टोरेज और ई-नाम के माध्यम से लीची का निर्यात दुबई, यूरोप और अमेरिका तक हो रहा है, जिससे किसानों की आय दोगुनी से अधिक बढ़ी है। इसी प्रकार मखाना का 85-90 प्रतिशत उत्पादन बिहार से होता है। जब विपणन सुधरा, तो यह “सुपरफूड” के रूप में ब्रांडेड होकर दिल्ली, मुंबई और विदेशी बाजारों में पहुँचने लगा। सरकारी प्रयासों ने भी इस भूमिका को मजबूत किया है। बिहार कृषि रोडमैप के तहत गठित किसान उत्पादक संगठन (एफपीओ) अब सामूहिक विपणन कर रहे हैं। ई-ट्रेडिंग, वेयरहाउसिंग सुविधाएँ और मूल्य संरक्षण योजनाएँ किसानों को बाजार की अस्थिरता से बचाती हैं। परिणामस्वरूप सब्जी उत्पादन 160 लाख टन से अधिक हो गया है और खाद्यान्न उत्पादन ने 247 लाख टन का रिकॉर्ड छुआ है। इन आँकड़ों के पीछे विपणन व्यवस्था की ही सक्रिय भूमिका है। विपणन व्यवस्था कृषि विकास की कुंजी है। यह किसान को सशक्त बनाती है, ग्रामीण अर्थव्यवस्था को गतिशील करती है और

राज्य को कृषि-क्रांति की ओर ले जाती है। बिहार जैसे राज्य में जहाँ संसाधन प्रचुर हैं लेकिन किसान अभी भी संघर्षरत हैं, एक पारदर्शी, कुशल और किसान-केंद्रित विपणन व्यवस्था ही वास्तविक समृद्धि का मार्ग प्रशस्त कर सकती है।

## **चुनौतियाँ**

### **1. मध्यस्थों का अत्यधिक प्रभुत्व और किसानों की मूल्य निर्धारण में असहायता**

बिहार की कृषि विपणन व्यवस्था की सबसे गहरी और दर्दनाक चुनौती मध्यस्थों का प्रभुत्व है। 2006 में APMC अधिनियम निरस्त करने के बाद राज्य में निजी क्षेत्र ने न तो नई मंडियों का विकास किया और न ही पुरानी सुविधाओं को मजबूत किया। परिणामस्वरूप बाजार घनत्व बेहद कम रह गया। आज भी 90 प्रतिशत से अधिक उपज—चाहे धान हो, गेहूँ, मक्का, दालें या लीची—खेत पर ही व्यापारियों और कमीशन एजेंटों को बेच दी जाती है। किसान भाई, फसल कटाई के तुरंत बाद नकदी की तंगी के कारण मजबूरन कम मूल्य पर बेच देते हैं। व्यापारी मनमाने दाम तय करते हैं, कोई पारदर्शी नीलामी या बोली नहीं होती। छोटे और सीमांत किसान, जिनकी औसत जोत 0.5 हेक्टेयर से भी कम है, इस व्यवस्था में सबसे अधिक पीड़ित हैं। उनकी मेहनत का बड़ा हिस्सा मध्यस्थों की जेब में चला जाता है, जबकि उपभोक्ता तक वही फसल कई गुना महँगी पहुँचती है। इस असमान श्रृंखला ने न केवल किसानों की आय को सीमित कर दिया है, बल्कि उन्हें कृषि से दूर भी धकेला है। युवा पीढ़ी खेती छोड़कर पलायन कर रही है। **भंडारण और कोल्ड स्टोरेज सुविधाओं की गंभीर कमी**

बिहार में कृषि उत्पादन तो बढ़ रहा है, लेकिन भंडारण की कमी उसे बर्बादी की ओर ले जा रही है। सब्जियाँ, फल और मखाना जैसी नगदी फसलें जल्दी खराब हो जाती हैं। राज्य में पर्याप्त कोल्ड स्टोरेज और आधुनिक गोदाम नहीं हैं। जो हैं, वे निजी हाथों में हैं और उनकी लागत छोटे किसानों के लिए असहनीय है। परिणामस्वरूप फसल कटाई के बाद किसान तुरंत बेचने को मजबूर हो जाते हैं, चाहे बाजार में भाव कितना भी गिरा हुआ हो। सब्जी उत्पादन में 55 प्रतिशत तक पोस्ट-हार्वेस्ट नुकसान होता है। लीची और मखाना के किसान तो सबसे अधिक प्रभावित हैं। एक ओर वे विश्व स्तरीय उत्पादन करते हैं, दूसरी ओर उचित भंडारण न होने से निर्यात और मूल्य संरक्षण दोनों प्रभावित होते हैं। यह कमी न केवल किसानों की आय घटाती है, बल्कि खाद्य सुरक्षा और निर्यात क्षमता को भी कमजोर करती है। यदि बिहार को कृषि-क्रांति लानी है, तो हर प्रखंड में आधुनिक कोल्ड चैन और सामुदायिक भंडारण सुविधाएँ विकसित करना अनिवार्य है।

### **3- परिवहन व्यवस्था और बुनियादी ढांचे की कमजोरी**

खेत से बाजार तक की दूरी बिहार के किसानों के लिए सबसे बड़ी बाधा है। सड़कें खराब, परिवहन साधन अपर्याप्त और लागत अधिक होने से छोटे किसान दूर के बाजारों तक नहीं पहुँच पाते। अधिकांश मंडियाँ गाँवों से बहुत दूर हैं। परिणामस्वरूप फसल खेत पर ही बिक जाती है। उच्च परिवहन लागत और खराब सड़कें सब्जी और फलों के नुकसान को बढ़ाती हैं। विशेषकर उत्तरी बिहार में बाढ़ के मौसम में परिवहन लगभग ठप हो जाता है। किसान अपनी उपज को सही समय पर सही बाजार तक नहीं पहुँचा पाते। इससे न केवल मूल्य में भारी गिरावट आती है, बल्कि गुणवत्ता भी प्रभावित होती है। आधुनिक लॉजिस्टिक्स, रेफ्रिजरेटेड वाहन और कृषि सड़कों का जाल अभी भी अपर्याप्त है। यदि इन चुनौतियों पर ध्यान नहीं दिया गया, तो बढ़ते उत्पादन के बावजूद किसानों की आय में कोई खास सुधार नहीं होगा।

### **4. बाजार सूचना, ग्रेडिंग, पैकेजिंग और डिजिटल पहुंच की कमी**

किसानों को वास्तविक समय की बाजार जानकारी, गुणवत्ता निर्धारण (ग्रेडिंग) और उचित पैकेजिंग की सुविधा नहीं मिल पाती। अधिकांश किसान नहीं जानते कि आज कौन-सी मंडी में क्या भाव है। परिणामस्वरूप वे अंधेरे में बेचते हैं। ग्रेडिंग की कमी के कारण अच्छी और खराब उपज एक साथ बिकती है, जिससे अच्छी गुणवत्ता वाले उत्पादक को भी उचित दाम नहीं मिलता। पैकेजिंग की कमी से उत्पादन की आकर्षकता और शेल्फ लाइफ दोनों घट जाती है। ई-नाम और डिजिटल प्लेटफॉर्मों का विस्तार अभी सीमित है। छोटे किसानों के पास स्मार्टफोन, इंटरनेट या प्रशिक्षण की कमी उन्हें डिजिटल बाजार से दूर रखती है। इस सूचना असमानता

ने मध्यस्थों को और मजबूत किया है। जब तक किसान को बाजार की सही जानकारी और आधुनिक विपणन कौशल नहीं मिलेगा, वह अपने उत्पाद का सच्चा मूल्य नहीं पा सकेगा।

### 5. मूल्य अस्थिरता, जलवायु परिवर्तन और छोटी जोत का संयुक्त प्रभाव

बिहार में कीमतों की अस्थिरता किसानों के लिए सबसे बड़ी मानसिक और आर्थिक पीड़ा है। मौसम की अनियमितता—बाढ़, सूखा और जलवायु परिवर्तन—उत्पादन को प्रभावित करती है, जिससे बाजार में अचानक आपूर्ति बढ़ जाती है और भाव गिर जाते हैं। छोटी जोत वाले किसान जोखिम लेने में असमर्थ होते हैं। वे न तो विविधीकरण कर पाते हैं और न ही मूल्य संरक्षण योजनाओं का पूरा लाभ उठा पाते हैं। सरकारी खरीद भी बहुत कम है। इन सभी कारकों का संयुक्त प्रभाव किसान को निराशा और कर्ज के चक्र में धकेल देता है। यदि इन चुनौतियों का समाधान नहीं हुआ, तो बिहार की कृषि समृद्धि का सपना साकार नहीं हो पाएगा।

### सरकारी प्रयास एवं योजनाएँ

#### 1. किसान उत्पादक संगठनों (FPOs) का सशक्तिकरण और सामूहिक विपणन

बिहार सरकार और केंद्र सरकार ने किसानों की मेहनत को सही मूल्य दिलाने के लिए किसान उत्पादक संगठनों (FPOs) को कृषि विपणन की मजबूत कड़ी बनाया है। 2020 से चली 10,000 FPOs योजना के तहत बिहार में सैकड़ों संगठन गठित हुए हैं। 2024-25 तक 93 नवगठित FPOs को जनवरी 2025 तक सक्रिय करने का निर्देश दिया गया। इन संगठनों के माध्यम से छोटे-सीमांत किसान सामूहिक रूप से उपज एकत्र करते हैं, ग्रेडिंग-पैकेजिंग करते हैं और सीधे बाजार या निर्यातकों से जुड़ते हैं। मध्यस्थों का खर्च बचता है और लाभ सीधे किसान तक पहुँचता है। शाही लीची, मखाना और मक्का जैसे उत्पादों पर FPOs ने निर्यात बढ़ाया है। सरकारी सहायता में प्रशिक्षण, कार्यशील पूंजी, डिजिटल प्लेटफॉर्म और बाजार लिंकेज शामिल हैं। परिणामस्वरूप हजारों किसान परिवारों की आय स्थिर और बढ़ी है। FPOs न केवल विपणन की कमजोरी दूर कर रहे हैं, बल्कि किसानों में सामूहिकता और आत्मविश्वास भी पैदा कर रहे हैं। यह प्रयास बिहार की कृषि को पारंपरिक खेती से आधुनिक, लाभकारी व्यवसाय में बदलने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है। यदि इन संगठनों को और मजबूत सहयोग मिले, तो बिहार के छोटे किसान भी वैश्विक बाजार में अपनी उपज का सच्चा मूल्य पा सकेंगे।

#### 2. ई-नाम प्लेटफॉर्म का विस्तार और डिजिटल विपणन पहल

डिजिटल युग में बिहार सरकार ने ई-नाम (National Agriculture Market) को बिहार के किसानों से जोड़ने का सराहनीय प्रयास किया है। 2006 में APMC अधिनियम निरस्त होने के बावजूद राज्य ने 53 बाजार yard के लिए अलग नियामक ढांचा बनाया। 2025 में शाही लीची, जरदालू आम, कतरनी चावल, मगही पान समेत सात GI-टैग उत्पादों को ई-नाम पर शामिल किया गया। इससे किसान अब घर बैठे वास्तविक समय में भाव देखकर अपनी उपज बेच सकते हैं। FPOs को ई-नाम से जोड़ने, ONDC प्लेटफॉर्म से लिंकेज और डिजिटल भुगतान की सुविधा दी गई है। सरकारी प्रशिक्षण कार्यक्रमों के माध्यम से किसानों को स्मार्टफोन और ऐप्स का उपयोग सिखाया जा रहा है। यह पहल मध्यस्थों के दबदबे को कम कर रही है और पारदर्शी मूल्य निर्धारण सुनिश्चित कर रही है। लीची और मखाना के किसान अब दुबई-यूरोप तक सीधे निर्यात कर रहे हैं। ई-नाम न केवल बाजार की पहुंच बढ़ा रहा है, बल्कि किसानों को सूचना की समानता भी दे रहा है। यह प्रयास बिहार की कृषि विपणन व्यवस्था को आधुनिक और किसान-अनुकूल बनाने की दिशा में एक बड़ा बदलाव है।

#### 3. भंडारण, कोल्ड स्टोरेज और कृषि इंफ्रास्ट्रक्चर का विकास

उत्पादन बढ़ने के साथ बिहार सरकार ने भंडारण और कोल्ड चेन पर विशेष ध्यान दिया है। विश्व के सबसे बड़े सहकारी अनाज भंडारण योजना के तहत 36 PACS को मंजूरी दी गई, जिसकी कुल लागत 104 करोड़ रुपये है। AMI योजना के तहत 33% सब्सिडी और AIF के तहत ब्याज सब्वेंशन मिल रहा है। राज्य योजना से 2025-26 में 278 नए गोदाम स्वीकृत किए गए। बागवानी विभाग के तहत कोल्ड स्टोरेज टाइप-2 पर 35% सब्सिडी दी जा रही है। लीची, मखाना और सब्जियों के लिए कोल्ड चेन सुविधाएँ बढ़ाई गई हैं। इन प्रयासों से पोस्ट-हार्वैस्ट नुकसान 55% से कम हो रहा है। किसान अब फसल कटाई के बाद तुरंत बेचने को मजबूर नहीं

होते। सरकार ने कृषि सड़क योजना के तहत खेत से बाजार तक की connectivity मजबूत की है। ये योजनाएँ न केवल किसानों की आय बचाती हैं, बल्कि उन्हें बाजार की अस्थिरता से सुरक्षा भी देती हैं। बिहार की यह इंफ्रास्ट्रक्चर क्रांति छोटे किसानों को आत्मनिर्भर बनाने का सशक्त माध्यम बन रही है।

#### 4. मूल्य संरक्षण, फसल बीमा और आय वृद्धि योजनाएँ

किसानों को उचित मूल्य दिलाने के लिए बिहार सरकार ने कई संरक्षण योजनाएँ चलाई हैं। प्रधानमंत्री फसल बीमा योजना का राज्य स्तर पर प्रभावी क्रियान्वयन, बाढ़-सूखा प्रभावित क्षेत्रों के लिए कृषि इनपुट अनुदान योजना (₹13,500 प्रति हेक्टेयर तक) और मूल्य स्थिरीकरण कोष शामिल हैं। Operation Greens (TOP) योजना के तहत टमाटर, प्याज, आलू के भंडारण-परिवहन पर 50% सब्सिडी दी जा रही है। बिहार कृषि रोडमैप (2023-28) के चौथे चरण में विपणन, प्रसंस्करण और निर्यात को प्राथमिकता दी गई है। मखाना और लीची बोर्ड के माध्यम से विशेष फसलों का ब्रांडिंग और बाजार विकास हो रहा है। इन योजनाओं से किसान प्राकृतिक आपदाओं से सुरक्षित महसूस करते हैं और नए प्रयोग करने का साहस जुटाते हैं। सरकारी खरीद, MSP और डायरेक्ट बेनिफिट ट्रांसफर के माध्यम से पारदर्शिता बढ़ी है। ये प्रयास केवल राहत नहीं, बल्कि दीर्घकालिक आय सुरक्षा भी प्रदान करते हैं।

#### 5. क्षमता निर्माण, प्रशिक्षण और नीतिगत हस्तक्षेप

बिहार सरकार ने किसानों की विपणन क्षमता बढ़ाने के लिए व्यापक प्रशिक्षण कार्यक्रम चलाए हैं। BAMETI, ATMA और FPO के माध्यम से ग्रेडिंग, पैकेजिंग, डिजिटल मार्केटिंग और निर्यात प्रक्रिया का प्रशिक्षण दिया जा रहा है। कृषि विपणन नेटवर्क परियोजना के तहत मूल्य श्रृंखला विकास, ब्रांडिंग और किसान-उद्यमिता पर जोर है। 2025 में पटना में आयोजित कार्यशालाओं में नीति-निर्माताओं ने किसानों के सुझावों को शामिल किया। युवा किसानों के लिए स्टार्टअप और एग्री-बिजनेस इंक्यूबेशन सेंटर स्थापित किए गए हैं। ये प्रयास किसानों को केवल उत्पादक नहीं, बल्कि सफल उद्यमी बनाने की दिशा में हैं। सरकारी समर्थन से किसान अब अपनी उपज को न केवल बेच रहे हैं, बल्कि उसका मूल्य संवर्द्धन भी कर रहे हैं। यह मानवीय और नीतिगत प्रयास बिहार की कृषि को नई ऊँचाई दे रहा है।

#### निष्कर्ष

बिहार की कृषि आज एक निर्णायक मोड़ पर खड़ी है। उपजाऊ भूमि, मेहनती किसान और प्रचुर जल संसाधनों के बावजूद विपणन व्यवस्था की कमजोरियाँ लंबे समय से किसानों की आय और समृद्धि में सबसे बड़ी बाधा बनी रही हैं। इस निबंध में हमने देखा कि रिकॉर्ड उत्पादन (खाद्यान्न 247 लाख टन, सब्जी 160 लाख टन से अधिक) के बावजूद मध्यस्थों का प्रभुत्व, भंडारण की कमी, परिवहन की दुर्दशा, सूचना की असमानता और मूल्य अस्थिरता जैसी चुनौतियाँ किसानों की मेहनत का बड़ा हिस्सा छीन रही हैं। किंतु आशा की किरण भी साफ दिख रही है। सरकार के सशक्त प्रयास—FPOs का सशक्तिकरण, ई-नाम का विस्तार, कोल्ड चेन और भंडारण सुविधाओं का विकास, मूल्य संरक्षण योजनाएँ तथा किसानों का डिजिटल प्रशिक्षण—विपणन व्यवस्था को मजबूत कर रहे हैं। शाही लीची, मखाना और मक्का जैसे उत्पाद अब वैश्विक बाजारों तक पहुँच रहे हैं और किसानों की आय में दोगुनी वृद्धि हो रही है। विपणन व्यवस्था कृषि विकास की रीढ़ है। जब किसान अपनी उपज को उचित मूल्य, उचित समय और उचित बाजार तक पहुँचा पाता है, तभी कृषि वास्तव में लाभकारी व्यवसाय बनती है। बिहार में छोटी जोत (औसत 0.5 हेक्टेयर) वाले 75 प्रतिशत कृषि-निर्भर जनसंख्या के लिए यह व्यवस्था और भी महत्वपूर्ण है।

अभी भी चुनौतियाँ बाकी हैं—जलवायु परिवर्तन, युवा पलायन और इंफ्रास्ट्रक्चर की कमी। इनका समाधान किसान, सरकार, निजी क्षेत्र और प्रौद्योगिकी के साझा प्रयास से ही संभव है। बिहार की सच्ची कृषि क्रांति विपणन व्यवस्था के सशक्तिकरण से ही शुरू होगी। यदि वर्तमान प्रयासों को निरंतरता, गति और जन-भागीदारी मिली, तो यह राज्य न केवल उत्पादन में बल्कि किसानों की खुशहाली और आत्मनिर्भरता में भी देश का उदाहरण बन सकता है। बिहार की मिट्टी ने सदियों से देश को अन्नदाता बनाया है। अब समय आ गया है कि हम इस मिट्टी के साथ जुड़े किसानों को भी सच्चा सम्मान और आर्थिक न्याय दिलाएँ। एक मजबूत, पारदर्शी और किसान-केंद्रित विपणन व्यवस्था ही बिहार को कृषि-समृद्धि की नई ऊँचाइयों तक ले जा सकती है।

## References

1. Acharya, S. S., and N. L. Agarwal. *Agricultural Marketing in India*. 7th ed., CBS Publishers & Distributors, 2017.
2. Verma, Sawalia Bihari. *Agricultural Marketing in India: Concept & Challenges*. Scientific Publishers, 2022.
3. Ghosh, Nilabja. *India's Agricultural Marketing: Market Reforms and Emergence of New Channels*. Springer India, 2013.
4. Ansari, Mahmood. *Agency and Crop Marketing: A Study from North Bihar, India*. LAP Lambert Academic Publishing, 2011.
5. Dixit, R. S. *Agricultural Marketing in India*. Shubhi Publications, 2006.
6. Kulkarni, K. R. *Agricultural Marketing in India*. The Co-operators Book Depot, 1956.
7. Pingali, Venugopal, and Ram Kaundinya. *Agri-input Marketing in India*. SAGE Publications, 2014.
8. Verma, Sawalia Bihari, editor. *Agricultural Marketing*. Scientific Publishers, 2014.
9. Hoda, Md. Minhajul. *Agricultural Marketing in Backward Regions: A Study of Bihar*. Serials Publications, 2015.
10. Singh, Sukhpal. *Regulating Agricultural Markets in India: A Smallholder Perspective*. Sage Publications, 2024.
11. Government of Bihar. *Bihar Economic Survey 2024-25*. Finance Department, Government of Bihar, 2025.
12. Government of India. *Annual Report 2024-25*. Department of Agriculture and Farmers Welfare, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, 2025.
13. National Bank for Agriculture and Rural Development. *NABARD Annual Report 2024-25*. NABARD, 2025.
14. Verma, Sawalia Bihari. *Agricultural Marketing in India: Concept & Challenges*. Scientific Publishers, 2022.
15. Ansari, Mahmood. *Agency and Crop Marketing: A Study from North Bihar, India*. LAP Lambert Academic Publishing, 2011.
16. Chatterjee, Shoumitro, et al. *A Study of the Agricultural Markets of Bihar, Odisha and Punjab*. Center for the Advanced Study of India, University of Pennsylvania, 2020.
17. Kumar, N. "Assessing the Role and Functions of the Shift from APMC to Open Market System in Bihar." *Artha Journal of Social Sciences*, vol. 24, no. 2, 2025, pp. 45–62.
18. Pal, B.D., et al. *State Fact Sheet: Bihar – Agrifood Systems*. CGIAR, 2023.
19. Ministry of Statistics and Programme Implementation. *Success Stories on 'Agriculture and Farmers' Welfare' in Bihar*. MOSPI, Government of India, n.d.
20. Directorate of Economics and Statistics. *Farm Profitability due to Market Imperfections in Bihar*. Ministry of Agriculture & Farmers Welfare, Government of India, 2020–21.