

कृषि उत्पादों के निर्यात में वृद्धि हेतु प्रयास का विश्लेषणात्मक अध्ययन

संतोष कुमार

सहायक प्राध्यापक आर डी एस महाविद्यालय कटिहार छात्रा पूर्णिया विश्वविद्यालय पूर्णिया

Date of Submission: 10-10-2020

Date of Acceptance: 28-10-2020

भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि का सराहनीय योगदान होने के साथ-साथ सम्पूर्ण विश्व में भी कृषि के कारण ही भारत की साख बनी हुई है। चाय तथा मूँगफली को उत्पादन में भारत का विश्व में पहला स्थान है तो चावल को उत्पादन में दूत तथा तम्बाकू के क्षेत्र में तीसरा स्थान है। भारतीय अर्थव्यवस्था को गति देने और विश्व बाजार में भी अग्रना स्थान रखने वाली भारतीय कृषि इसके बाद भी पिछड़ेपत की स्थिति से जूझ रही है। यह समस्या यहाँ की आर्थिक, साम्राणिक आकृतिक स्थितियों को साथ-साथ अन्य कारणों से थी है। जोतों का छोटा आकार होना कृषि की ब्रानसुन पर निर्भरता: धू-स्वामित्त अणाली का दोषपूर्ण होना. वित्त चुक्थिओं का अभाव परम्परायत ढये से क्षति करना जनसंख्या का दवाब आदि ऐसी स्थितियों हैं. जिनके कारण भारतीय कृषि पिछड़ी दशा में है। इसको अतिशक्त कृषि पदार्थों को विपणन की व्यक्तथा भी इसमें सहयोगी भूविका का निर्वाह कर रही है। स्वतत्रत्तमपूर्व व्यापारियों को अपना उत्पादन बेचते समय किसानों को तोल में हेरा फेरी तथा खातों में गड़बड़ी का सामना करना पड़ता था। ग्राय: किसानों को. बाजार में अबलित धावों का प्रता नहीं होता था और उन्हें अपना साल बहुत कम कीमत पर बेचना पड़ता था। उनके प्रास्त अपना गाल रखने को लिए अच्छी बंडारण सुविधाएँ नहीं होती थीं. अत: वे अच्छे दाम मिलने तक माल की बिक्री को स्थगित नहीं रख पाते थे। आज भी एक दशशांश से आधिक कृषि उत्पादन मंडारगा छुविधाओं को अभाव के कारण क्षतिग्रस्त हो रहा है। वर्तमान आधारिक चुविधाएँबढ़ती माँग को देखते

हुए ितांत अपर्यात्त चिद्ध हुई हैं. जिन्हें चुघारने की आवश्यकता है।

उख्य शब्द : भारतीय अर्थव्यवस्था फसल कीमा कृषि उत्पादन मंडारणआर्थिक विकास उत्पादकों;विक्रताओं।

भारतीय कृषि बाजार एवं विपणन नीति

बिक्री संबंधी व्यवस्था का मतलब मुख्य रूप से किसानों के उत्पादन और बाजार जोखिमों में कमी होना चाहिए ताकि वे कृषि उद्यम के जरिये बेहतर आजीविका सुनिश्चित करवाएं। छोटे किसानों के लिए जोखिमों में कमी के लिए न सिर्फ पूर्व तयशुदा मूल्य व्यवस्था जरूरी है बल्कि समय से कच्चे माल की आपूर्ति, उत्पादन और विपणन का विस्तार और फसल बीमा भी अनिवार्य है। कृषि व्यवसाय में सिर्फ बेहतर योगदान ही महत्वपूर्ण नहीं है अपितु बाजार में दूसरे प्रतिभागियों से खुद का लामकारी हिस्सा भी सुनिश्चित करना है। इसके तहत जोर उन प्रतिभागियों (यानी कंपनियों) पर है जो किसानों को कच्चे माल की आपूर्ति करते हैं और ऐसी व्यवस्था को टिकाऊ बनाते हुए आर्थिक विकास में सहयोग करते हैं। वर्तमान में हमारे देश में कृषि विपणन व्यवस्था में कई प्रकार के दोष देखने में आये हैं। इन दोषों के कारण किसानों को उनकी फसल का सही मूल्य प्राप्त नहीं हो पाता है, इससे वे उत्पादन की दिशा में भी हतोत्साहित होते हैं। विपणन व्यवस्था में एक दोष संग्रहण का होता है। ग्रामीण क्षेत्रों में फसल-संग्रहण के लिए मिट्टी के बर्तन कच्चे कोठरों का इस्तेमाल किया जाता है। ऐसे संग्रहण से उपज के सड़ने-गलने, कीट-पतंगों, चूहों आदि से नष्ट होने का खतरा अधिक रहता

है। विपणन व्यवस्था के दोष के रूप में परिवहन साधनों को भी रखा जा सकता है। ग्रामीण क्षेत्र में परिवहन व्यवस्था सुलभ न होने के कारण किसान बड़ी मंडियों, सहकारी मंडियों तक नहीं पहुँच पाते। फसल के आवागमन सम्बन्धी कठिनाई को देखते हुए वे अपनी फसल को गाँव में ही बेचने को विवश हो जाते हैं। मध्यस्थों की बहुत बड़ी संख्या भी विपणन प्रणाली का एक दोष है।

किसानों के मंडी में पहुँचने के पूर्व ही तमाम दलाल सक्रिय हो जाते हैं। इससे किसान को कभी-कभी अपनी उपज का लगभग 50 प्रतिशत तक ही दाम मिल पाता है। दलालों की सक्रियता के अतिरिक्त अनियंत्रित मंडियों का संचालन भी विपणन व्यवस्था को प्रभावित करता है। इस प्रकार की मंडियों में कपटपूर्ण नीतियों के चलते किसान लगातार शिकार होते रहते हैं। इसके अलावा मूल्य की सही जानकारी न लगना भी विपणन व्यवस्था की एक कमी कही जायेगी।

दरअसल हमारे देश में उदारीकरण, औद्योगीकरण के बाद से उद्योगों में तो कई तरह से परिवर्तन किये गए, उद्योगों के विकास के लिए सम्बंधित नियम-कानूनों में व्यापक संशोधन किये गए किन्तु कृषि क्षेत्र में खुधार की तरफ सकारात्मक रूप से ध्यान नहीं दिया गया। कृषि क्षेत्र में अभी भी किसान अपने उत्पाद को सन 1953 में बने एपीएमसी कानून के तहत बेचने को बाध्य हैं। इसके अंतर्गत किसान अपनी फसल आढ़तियों, जो कहीं न कहीं दलाल के रूप में काम करते हैं, के सहारे बेचने को विवश होते हैं। इस कानून के द्वारा न तो नए व्यापारियों को लाइसेंस मिलता है और न ही नई मंडियों का निर्माण किया जा रहा है। इसके उलट हो ये रहा है कि जो विपणन संस्थाएं आधुनिकीकरण के लिए कार्य करने को बनाई गई थीं वे बजाय इस क्षेत्र में काम करने के राज्य सरकारों के लिए राजस्व उगाही का माध्यम बन गई हैं। हालाँकि वर्ष 2003 में इस कानून में संशोधन करके एक मॉडल एपीएमसी कानून बनाया गया, जिसमें निजी तथा कॉर्पोरेट सेक्टर को विपणन नेटवर्क बनाने का रास्ता खोला गया। इसके बाद भी राजस्व नुकसान की आशंका के चलते और आढ़तियों की जबरदस्त लॉबींग के कारण

देश के अधिसंख्यक राज्यों द्वारा इस कानून को अपनाया नहीं गया है। इस कारण किसान अभी भी अपनी फसल को सीधे उपभोक्ता को बेचने के स्थान पर इन दलालों, मध्यस्थों के हाथों की कठपुतली बने हुए हैं। देशभर में कृषि जिन्सों के व्यवस्थित विपणन को प्रोत्साहित करने के लिए बाजार को नियंत्रित किया गया था। अधिकतर राज्य और केंद्रशासित प्रदेशों ने कृषि जिन्सों के विपणन को नियंत्रित करने के लिए एक अधिनियम (ए०पी०एम०सी० एक्ट) बनाया था। साप्ताहिक बाजारों में से करीब 15 प्रतिशत बाजार इस अधिनियम के तहत कार्य करते हैं। नियंत्रित बाजारों की शुरुआत से उत्पादकों/विक्रेताओं का एक जगह इकट्ठे होकर थोक बिक्री में काफी सहूलियत हुई है, परंतु अभी भी सामान्य साप्ताहिक ग्रामीण बाजारों और खासकर आदिवासी बाजार इस व्यवस्था का लाभ नहीं उठा पा रहे हैं। छोटे किसान उत्पादन और बाजार जोखिम का सामना कर रहे हैं। भारत सरकार ने इन जोखिमों को कम करने के लिए बाजार नियमन करने वाले कई नीतिगत उपाय लागू किए हैं।

इनमें उत्पादन जोखिम के लिए फसल बीमा योजना सरकार की ओर से घोषित किए जाने वाले 24 फसलों के लिए न्यूनतम समर्थन मूल्य (एम०एसएपी०), गन्ने के लिए वैधानिक न्यूनतम मूल्य (एसएएम०पी०), कुछ राज्यों में बाजार हस्तक्षेप योजना (एमआरएस), किसान आय बीमा योजना, बाजार आधारित मद व्यवस्थाएं यानी वायदा बाजार और गोदाम रसीद प्रणाली (वेयरहाउस रिसीट सिस्टम) आदि शामिल हैं। इनके अतिरिक्त देश में फसल विविधीकरण प्रणाली व जोखिम कम करने वाले 'इनपुट' यानी उपयुक्त खाद और बीज आदि भी प्रयोग में लाए जा रहे हैं। मगर कुछ क्षेत्रों की कुछ फसलों को छोड़ दें तो एमएसपी का कार्यान्वयन काफी कमजोर ही रहा है और यह किसानों की सर्वाधिक जरूरत के वक्त अक्सर कमजोर व्यवस्था साबित हुई है। इसके अलावा सीमांत और लघु किसानों के लिए बाजार संबंधी अन्य गंभीर समस्याएं मौजूद हैं। देश के ग्रामीण क्षेत्रों में विकास रोजगार बढ़ाने और आर्थिक समृद्धि के लिए कृषि क्षेत्र में व्यवस्थित बाजार की बहुत आवश्यकता है। बाजार

प्रणाली को अधिक गतिशील और कार्यकुशल बनाने के लिए फसल के बाद के विकास में अधिक से अधिक निवेश करने और किसानों के लिए खेतों के आस-पास ही कोल्ड स्टोरेज बनाने की आवश्यकता है। इस निवेश के लिए निजी क्षेत्र से अपेक्षा की जाती है जिसके लिए उचित कानून और नीतियाँ बनाने की आवश्यकता है। इसके साथ ही खेतों से या किसानों से सीधे ही कृषि उत्पाद खरीदने को प्रोत्साहित करने के लिए नीतियाँ बनाने की आवश्यकता है और कृषि उत्पादों और 'फूटकर विक्रेताओं और खाद्य प्रसंस्करण उद्योग के बीच एक प्रभावी संबंध बनाने की आवश्यकता है। देश में विपणन व्यवस्था को अनियंत्रित करने के लिए राज्य ए०पी०एम०सी० कानून में आवश्यक सुधार करने का भी सुझाव दिया गया है ताकि विपणन, मूलभूत ढाँचा और सहकारिता क्षेत्र में निवेश को प्रोत्साहन मिल सके। अनेक विषम परिस्थितियों के बीच किसानों को मल्टीब्रांड रिटेल के सब्जिबाग दिखाये जा रहे हैं, जबकि आवश्यकता इस बात की है कि किसान को उसकी फसल का उचित मूल्य प्राप्त हों। सभी किसान उत्साहजनक रूप से देश के कृषि विकास में सहायक सिद्ध हों तो आवश्यक है कि उनकी फसल के लिए उचित विपणन व्यवस्था का निर्माण किया जाये। इसके लिए सरकार को चाहिए कि वह श्रेणी विभाजन और मानकीकरण के अनुसार फसल के उत्पादन पर जोर दे। मंडियों में पक्के माल-गोदामों का निर्माण करे।

आकाशवाणी के द्वारा, दूरदर्शन के द्वारा तथा सरकार अपनी मशीनरी के द्वारा समय-समय पर किसानों को उपज मूल्य की सही-सही जानकारी उपलब्ध करवाने की व्यवस्था करे। इसके साथ-साथ सरकार को चाहिए कि नियंत्रित मंडियों के स्वरूप के साथ-साथ ग्रामीण स्तर पर छोटी-छोटी नियंत्रित मंडियाँ हों जिससे छोटे किसान भी अपनी फसल को सही दाम पर बेच कर उसका उचित मूल्य प्राप्त कर सकें

राष्ट्रीय कृषि बाजार-

राष्ट्रीय कृषि बाजार एक अखिल भारतीय राष्ट्रीय कृषि बाजार भारतीय इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल है जिसने मौजूदा कृषि उपज विपणन समितियों

(ए.पी.एम.सी) और अन्य कृषि मंडियों को नेटवर्क से जोड़कर एक विशाल बाजार का निर्माण किया है। राष्ट्रीय कृषि बाजार कहने को तो एक "वर्चुअल" बाजार है, लेकिन यह किसी भी किसान/व्यापारी को देश की किसी भी कृषि मंडी में सामान खरीदने व बेचने की सहूलियत देता है। कृषि जोकि जीवकोपार्जन का एक साधन थी, आज व्यवसाय का रूप धारण करती जा रही है। इसमें आज नई-नई तकनीकों के प्रयोग का चलन बढ़ रहा है। चाहे वह बीज हो, उर्वरक या फिर उपकरण सभी आधुनिकता और तकनीकी रूप से विकसित हो रहे हैं। इन तमाम उपकरणों एवं नई कृषि तकनीकों के विषय में डिजिटल मीडिया के जरिए किसान आसानी से जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। वर्तमान में कृषक घटती उत्पादकता, आधुनिक कृषि प्रौद्योगिकी की कमी, फसल विविधिकरण की कमी और खेती से कम मुनाफा आदि का सामना कर रहे हैं। अतः कृषि उत्पादन को अधिकतम करने, कृषि से होने वाली आय को बढ़ाने तथा जैविक और अजैविक दवावों के समाधान की आवश्यकता है। देश में बाजार, भंडारण के विकास और कोल्ड स्टोरेज स्थापित करने की दिशा में बहुत अधिक निवेश की आवश्यकता है। विपणन के मूलभूत ढाँचे के विकास में निवेश को प्रेरित करने के लिए मंत्रालय ने इन कार्यक्रमों और योजनाओं को कार्यान्वित किया है-

(क) ग्रामीण गोदामों का निर्माण-

पूँजी निवेश की सहायता योजना के लिए "ग्रामीण गोदामों का निर्माण" नामक एक योजना को एक अप्रैल, 2001 से लागू किया गया है। इस योजना के मुख्य उद्देश्य कृषि उत्पादों के भंडारण, प्रसंस्करण, कृषि आदानों और बाजार ऋण उपलब्ध कराने के लिए किसानों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए ग्रामीण क्षेत्रों में नई तकनीक से युक्त भंडारण जैसी सुविधाएं स्थापित करना है। मूल योजना के अंतर्गत परियोजना की पूँजी लागत के 25% तक बैंक एडिड सब्सिडी उपलब्ध कराई गई थी। पूर्वोत्तर राज्यों, पहाड़ी इलाकों और अनुसूचित जाति एवं जनजाति के उद्यमियों के लिए परियोजना की 33.33% सब्सिडी का प्रावधान था।

इस परियोजना में 20 अक्टूबर, 2004 से संशोधन कर दिया गया। नई योजना में किसानों, कृषि स्नातकों, केंद्रीय भंडारण निगमों (सेंटर वेयर हाउसिंग कॉर्पोरेशन), राज्य भंडारण निगमों को 25% की सब्सिडी दी जाती है। व्यक्तिगत तौर पर चलने वाली निजी कंपनियों और सहकारी कंपनियों की अन्य सभी श्रेणियों में आने वाली कंपनियों को परियोजना लागत की 5% की सब्सिडी दी जाती है। यह सब्सिडी सामान्य इलाकों में 50 मीटर और पहाड़ी इलाकों में 25 मीटर के आकार के छोटे गोदाम बनाने के लिए किसानों की मदद के लिए बनाई गई थी। छोटे किसानों के लिए 5 लाख टन भंडारण की क्षमता को सुरक्षित बना लिया गया है। योजना को नाबार्ड और एनसीडीसी द्वारा लागू किया जा रहा है। नाबार्ड और एनसीडीसी द्वारा 1 अप्रैल, 2001 से क्रियान्वित योजना में 30 जून, 2009 तक 240.87 लाख भंडारण क्षमता वाली भंडारण परियोजनाओं को 553.80 करोड़ रूपए की सरकारी सहायता के साथ मंजूरी दी गई।

(ख) बाजार अनुसंधान और सूचना नेटवर्क-

इस योजना के अंतर्गत देश में सभी प्रमुख कृषि बाजारों में कीमतों और बाजार संबंधी सूचनाओं के तीव्र संकलन और प्रसार के लिए देशव्यापी सूचना नेटवर्क स्थापित किया गया है। योजना के अंतर्गत 3024 बाजार केंद्र और 175 राज्य विपणन बोर्ड तथा विपणन निदेशालय एवं निरीक्षण कार्यालयों को इस नेटवर्क से जोड़ा गया है, जहाँ 300 वस्तुओं और 2000 किस्मों की कीमतों की रिपोर्ट आती है। 11वीं योजना में 36 थोक बाजारों को जोड़ने की योजना है। व्यापक बाजार पहुँच अवसर उपलब्ध कराने और बेहतर मूल्य की जानकारी के लिए योजना का दायरा नियमित रूप से मजबूत किया जा रहा है।

कृषि विपणन ढाँचे का विकास-

सुदृढीकरण ग्रेडिंग और मानकीकरण नाम की एक और योजना कृषि मंत्रालय द्वारा चलाई जा रही है। इस योजना के अंतर्गत सभी राज्यों में हरेक परियोजना के लिए विपणन की मूलभूत विकासात्मक परियोजना के लिए 25% सब्सिडी दी जाती है जो अधिकतम 50 लाख रूपये तक सीमित है तथा पूर्वोत्तर राज्यों, पहाड़ी

इलाकों और अनुसूचित जाति एवं जनजाति के उद्यमियों के लिए 333% सहायता दी जाती है जो अधिकतम 60 लाख रूपये तक है। राज्य सरकारों/राज्य स्तरीय एजेंसियों की मूलभूत परियोजनाओं के लिए योजना के अंतर्गत ऊपरी परिसीमन नहीं रखा गया है। यह योजना उन राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों में संशोधित करके लागू की जा रही है जहाँ कृषि उत्पादन विपणन नियमन कानून के तहत निजी और सहकारी क्षेत्रों में प्रतियोगी कृषि बाजार स्थापित करने, सीधे विपणन करने, अनुबंधित खेती का प्रावधान है। योजना के अंतर्गत, आंध्र प्रदेश, पंजाब, केरल, तमिलनाडु, मणिपुर, सिक्किम, मध्य प्रदेश, हिमाचल प्रदेश, नगालैंड, राजस्थान, छत्तीसगढ़, आंध्र प्रदेश अरुणाचल प्रदेश, उड़ीसा, महाराष्ट्र, बिहार, असम, त्रिपुरा, गुजरात, कर्नाटक, गोवा और केंद्रशासित प्रदेश अंडमान और निकोबार, दमन और दीव, चंडीगढ़ और दादर एवं नागर हवेली को सहायता मिलने के लिए अधिसूचित किया गया है। देश 31 मार्च, 2009 तक बैंकों, नाबार्ड, एनसीडीसी के माध्यम से 3265 ढाँचागत परियोजनाएं 141 करोड़ रूपए सरकारी सहायता से मंजूर की गई हैं और 748 परियोजनाओं का 9.50 करोड़ रूपए की सरकारी सहायता से सहकारिता क्षेत्र में विकसित किया गया है। इस निदेशालय ने राज्य की एजेंसियों की 289 ढाँचागत परियोजनाओं को लगभग 84 करोड़ रूपए की सरकारी सहायता के साथ स्वीकृति प्रदान की है। अधिसूचित राज्यों/केंद्रशासित प्रदेशों में 31 मार्च, 2009 तक एनआईएएन ने 530 प्रशिक्षण और जागरूकता कार्यक्रम चलाए हैं।

विदेश व्यापार की शर्तें -

विदेश व्यापार विदेश व्यापार व्यापार की शर्तें की शर्तें की शर्तें व्यापार की शर्तों का किसी देश के अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सर्वाधिक महत्त्व होता है। इन शर्तों का निर्धारण सैद्धांतिक आधार पर प्रस्ताव-वक्र द्वारा किया जाता है, जिसके अनुसार व्यापार की शर्त प्रतिकूल होने पर समान निर्यात (पूर्ववत् निर्यात) पर प्राप्ति कम हो जाती है, अथवा पूर्ववत् आयात के लिए अब उस देश को पूर्ववत् आयात से अधिक निर्यात करना

पड़ता है। यहाँ यह उल्लेखनीय है कि केवल व्यापार की शर्तों में परिवर्तन के कारण निर्यात की मात्रा बढ़ानी पड़ती है या निर्यातों से प्राप्तियाँ कम हो जाती हैं। दूसरे शब्दों में यह भी कहा जा सकता है कि जब किसी देश द्वारा आयातित वस्तुओं की कीमतें सापेक्षता के आधार पर बढ़ती हैं, परन्तु निर्यात कीमतें सापेक्षता के आधार पर घटती हैं तो व्यापार की शर्तें उस देश के विपरीत मानी जाती हैं। ऐसी दशा में निर्यात की कीमतें बढ़ने पर उस देश की निर्यात की मात्रा कम होगी, जो निर्यातक देश के लिए क्षतिकारी है। व्यापार की शर्तों का बदलाव परस्पर आयात-निर्यात से बदलता है अथवा राजकीय नीतियों से बदलता है। इसी प्रकार अंतर्कषत्रीय आधार पर भी, यदि समष्टि नीतियाँ यथा मुद्रा पूर्ति व्यापार उदारीकरण, कृषि कीमत नीति और कृषि उत्पादों की सापेक्ष कीमतें कृषि क्षेत्र के अनुकूल हैं तो समग्र कृषि उत्पादन बढ़ेगा और निर्यात हेतु अतिरेक सृजित होगा। कई अध्ययनों का यह निष्कर्ष है कि कृषि और उद्योग के बीच व्यापार की शर्तें यदि कृषि क्षेत्र के पक्ष में हैं तो कृषि क्षेत्र में निजी निवेश बढ़ेगा, यह समग्र कृषि विकास और कृषि विविधीकरण को प्रोत्साहित करेगा और कृषि उत्पादों में गुणवत्ता उन्नयन करेगा। खाद्यान्न बाजार में राजकीय हस्तक्षेप बढ़ने से खाद्यान्नों की कीमतें लगातार बढ़ी हैं, कृषि उत्पादों की न्यूनतम समर्थन कीमतें लगातार बढ़ी हैं। इसलिए इनकी बाजार कीमतें भी लगातार बढ़ी हैं अतः व्यापार शर्तें कृषि के अनुकूल हुईं परन्तु वैश्वक कृषि उत्पाद कीमतों के संदर्भ में भारतीय कृषि उत्पादों की कीमतें प्रतिस्पर्धी नहीं रह जाती हैं। जब किसी देश की आयात कीमतों की सापेक्षता में उस देश की निर्यात कीमतें बढ़ती हैं तो कहा जाएगा कि उसकी व्यापार शर्तें बेहतर हो गई हैं।

कृषि उत्पादों के विदेश व्यापार सम्बन्धी सरकारी नीतियाँ

नीतियाँ नियोजित आर्थिक विकास एवं हरित क्रांति के फलस्वरूप कृषि उत्पादन एवं उत्पादकता में वृद्धि हुई है, किन्तु यह भी सत्य है कि सकल घरेलू उत्पाद एवं कुल निर्यात व्यापार में कृषि निर्यातों का प्रतिशत निरन्तर कम हो रहा है। वर्ष 1991 से अपनाये

गये व्यापार सुधारों का एक उद्देश्य निर्यात संवर्द्धन गतिविधियों को बढ़ावा देना भी था, जिसके अंतर्गत कृषि क्षेत्र के निर्यातों को प्रोत्साहन दिया गया, लेकिन घरेलू उपभोग की आवश्यकता और खाद्य पदार्थों की कीमतों को नियंत्रित करने के लिए सरकार द्वारा समय-समय पर विभिन्न कृषि उत्पादों के निर्यात पर प्रतिबन्ध भी लगाया जाता रहा है। व्यापार नीति एवं विश्व व्यापार संगठन वार्ता व्यापार नीति एवं विश्व व्यापार संगठन वार्ता निरन्तर कम हो रहे आयात को देखते हुए सरकार ने वर्ष 2015-16 के केन्द्रीय बजट में तथा नई विदेश व्यापार नीति (एफटीपी) में वर्ष 2015-20 की अवधि के लिए निर्यात को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न उपाय अपनाए हैं जिनकी घोषणा 1 अप्रैल, 2015 को की गई थी। नई विदेश व्यापार नीति के अंतर्गत विनिर्माण एवं सेवाओं, दोनों क्षेत्रों में निर्यात को बढ़ावा देने तथा व्यापार के लिए सुविधाओं में सुधार करने पर बल दिया गया है। एफटीपी का उद्देश्य वर्ष 2019-20 तक भारत द्वारा अमेरिका को 900 अरब अमेरिकी डालर का निर्यात करना और इस दिशा में सुविधाजनक व्यापार करने के लिए 'मेक इन इंडिया' एवं 'डिजिटल इंडिया' जैसे कार्यक्रमों के साथ सरकार द्वारा सुविधाएँ उपलब्ध कराना है। विश्व व्यापार संगठन और भारतीय कृषि बाजार विश्व व्यापार संगठन और भारतीय कृषि बाजार 15 अप्रैल 1994 को मराकेश में सम्पन्न हुए डब्ल्यूएटीओ के कृषि समझौते में अतीत की उन प्रथाओं को हटाने पर जोर दिया गया, जो उत्पादन एवं व्यापार को विकृत करती थीं। इस कृषि समझौते का मुख्य उद्देश्य कृषि क्षेत्र में व्यापार का सुधार करना एवं नीतियों को और अधिक बाजारोन्मुख बनाना था। कृषि समझौता 1 जनवरी, 1995 से प्रभाव में आया जो न केवल सभी बुनियादी कृषि उत्पादों के बल्कि उनसे व्युत्पन्न उत्पादों को भी बहुपक्षीय नियमों और प्रतिबद्धताओं के तहत लाया गया। कृषि समझौता बाजार-पहुँच (शुल्क और सीमा शुल्क पर कोटा), घरेलू समर्थन (उत्पाद संबंधित छूट), और निर्यात प्रतिस्पर्धा (निर्यात सहायिकी, निर्यात ऋण और अंतरराष्ट्रीय खाद्य सहायता) के क्षेत्र में नियम निर्धारण करता है। कृषि उत्पादों में बहुपक्षीय व्यापार के लिए नियम उरुम्बे

दौर के अन्त में पहले ही मौजूद थे। दोहा दौर में वार्ता का उद्देश्य एक बुनियादी सुधार कार्यक्रम के माध्यम से निष्पक्ष बाजार-उन्मुख व्यापार प्रणाली की स्थापना करना था। इन उद्देश्यों को पक्के नियमों और कृषि उत्पादों की बाजार पहुँच के पर्याप्त सुधारों, विशेष प्रतिबद्धताओं, सभी प्रकार की निर्यात सब्सिडी में कमियों और व्यापार-विरूपण करने वाले घरेलू समर्थन में ठोस कटौती के माध्यम से प्राप्त करना था।

निर्यात सहायिका-

निर्यात सहायिका वे विशेष प्रोत्साहन हैं जो विदेशों में घरेलू माल की विक्री बढ़ाने के लिए सरकार द्वारा उपलब्ध कराए जाते हैं। विभिन्न देशों द्वारा अपनी वस्तुओं को विश्व स्तर पर प्रतियोगी बनाने के लिए कृषि सहायिका उपलब्ध करायी जाती है। निर्यात सहायिका उन 189 देशों में विशेष रूप से प्रचलित है, जो विश्व में मूल्य से कहीं ऊँचे आन्तरिक मूल्यों का समर्थन करते हैं। निर्यात एवं घरेलू सहायिका को वैश्विक कृषि व्यापार में विकृति का मूल कारण समझा जाता है। कृषि समझौता प्रावधान के अन्तर्गत कृषि निर्यात हेतु सरकार द्वारा अथवा उसके एजेन्सी द्वारा दिये जाने वाले सभी प्रकार के सहायिका के कटौती का प्रावधान है। विकासशील देश कुछ निश्चित सहायिका देने हेतु स्वांत्र हैं, जैसे-निर्यात विपणन लागतें, अन्तर्देशीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय परिवहन तथा किराया भाड़ा। विशेष एवं विमेद उपचार प्रावधान के तहत भारत आन्तरिक परिवहन पर सहायिका दे सकता है। जैसे कृषि विकास प्रसंस्करण एजेन्सी (एपीडा) प्रसंस्कृत कृषि उत्पादों के निर्यात को बढ़ाने के लिए कुछ रियायत प्रदान कर रहा है। इस रियायत का विस्तार चावल, गेहूँ और बागवानी के निर्यात को किया जा सकता है। एसएडी०टी० प्रावधान के अन्तर्गत विकासशील देशों के निर्यातक, निर्यात संवर्द्धन हेतु विपणन सहायिका अथवा अन्य सहायता प्राप्त कर सकते हैं।

निष्कर्ष

दुनिया के देशों के लिए भारतीय कृषि बाजार खुलने से भारत के कृषि निर्यात व्यापार में अवश्य वृद्धि हुयी है। समुद्री उत्पाद एवं बागवानी फसलों के निर्यात

तेजी से बढ़े हैं। बासमती चावल का निर्यात बढ़ा है। परन्तु यह भी उल्लेखनीय है कि दाल एवं खाद्य तैलों के सन्दर्भ में भारत की निर्भरता अन्य देशों पर बढ़ गयी है। संभवतः यह एक बहुत बड़ा कारण है कि भारत में दालों एवं खाद्य तैलों के उत्पादन में विशेष सफलता नहीं मिल पा रही है। खाद्य तैलों का तो 50-60 प्रतिशत अंश विदेशों से आयात किया जा रहा है। इन तथ्यों से यह स्पष्ट होता है कि डब्ल्यूटीएओ० लागू होने के बाद विशेषकर 2001 से कृषि उत्पादनों के विक्रय एवं खरीद, कृषि आगतों यथा बीज, उर्वरक, कीटनाशक, कृषि यंत्र आदि के लिए विदेशी कम्पनियाँ एवं उत्पादक भारत में क्रियाशील हो गये हैं। कृषि उत्पादों के विक्रय में भी बहुराष्ट्रीय निगम क्रियाशील हो गये हैं। अबतो खुदरा व्यापार में भी वालमार्ट जैसी बड़ी बह. राष्ट्रीय कम्पनियाँ अपनी भागीदारी बढ़ाने लगी हैं। कृषि वस्तुओं का बाजार खलने से भारत का कृषि निर्यात उत्तरोत्तर बढ़ने की संभावना है, परन्तु यह आवश्यक है कि भारत में विश्व व्यापार संगठन के स्वच्छता एवं पादप स्वच्छता प्रावधान का कड़ाई से अनुपालन किया जाये।

संदर्भ-सूची

- (1). भल्ला, जी०एस०. 2004. ग्लोबलाइजेशन एण्ड इण्डियन एग्रीकल्चर, स्टेट दि इण्डियन फारमर, वा०-19. मिनिस्ट्री ऑफ एग्रीकल्चर, गवर्नमेंट ऑफ इण्डिया, नई दिल्ली. पृ० 132-35.
- (2). दुबे, मुचकुंद. 1996. एन अन्डक्वल ट्रीटी. न्यू एज इंटरनेशनल लि०, नई दिल्ली. पृ० 72.
- (3). बासुदेव, पी०के०. 2002. विश्व व्यापार संगठन. ज्ञान गंगा, दिल्ली. पृ० 68
- (4). गोविल, आर०के० एण्ड त्रिपाठी, बी०बी०. 2013. एग्रीकल्चरल इकोनॉमी ऑफ इण्डियाकिताब महल, इलाहाबाद. पृ० 432-36.
- (5). डब्ल्यूपीटी० ओ० 2009. विश्व व्यापार संगठन में कृषि वार्ता पर प्रश्न. विश्व व्यापार संगठन अध्ययन केंद्र, भारतीय विदेश व्यापार संस्थान, नई दिल्ली. पृ० 1

- (6). कहलॉ, ए०एस० एण्ड त्यागी, डी०एस०. 1983.
एग्रीकल्चरल प्राइस पॉलिसी इन इण्डिया, एलाइड
पब्लिशर्स प्राणिल०, नई दिल्ली. पृ० 187
- (7). थामराजाक्सी, आर०. 1994. इंटरसेक्टरल
लिशनशिप इन ए डेवलपिंग इकोनॉमी. एकेडेमिक
फाउण्डेशन, दिल्ली।