



INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL OF HUMANITIES AND INTERDISCIPLINARY STUDIES

(Peer-reviewed, Refereed, Indexed & Open Access Journal)

DOI : 03.2021-11278686

ISSN : 2582-8568

IMPACT FACTOR : 5.71 (SJIF 2021)

भारतातील कृषी विपणन : आव्हाने आणि संधी

(Agricultural Marketing in India: Challenges and Opportunities)

डॉ. कृष्णात आनंदराव पाटील

श्री शिव-शाहू महाविद्यालय, सरुड
ता.- शाहूवाडी, जि. - कोल्हापूर

प्रा.दत्तात्रय विश्वास नलगे

श्री शिव-शाहू महाविद्यालय, सरुड
ता.- शाहूवाडी, जि. - कोल्हापूर

DOI No. 03.2021-11278686

DOI Link :: <https://doi-ds.org/doilink/07.2021-43211994/IRJHIS2107002>

सारांश:

कृषी विपणनामध्ये कृषी उत्पन्न उत्पादकाकडून ग्राहकांकडे साठवणूक (स्टोरेज), वहन (ट्रान्सपोर्ट), प्रक्रिया (प्रोसेसिंग) मार्गे आणि विपणन वाहिन्यांच्या विविध स्तरांवर मालकी हस्तांतरित करण्याच्या सर्व क्रिया समाविष्ट आहेत. शेती ही भारतीय अर्थव्यवस्थेची कणा आहे. कृषी विपणन संकल्पना दोन शब्द बनलेली आहे - शेती आणि विपणन. कृषी म्हणजे व्यापक अर्थाने मानवाच्या कल्याणासाठी नैसर्गिक स्रोतांचा वापर करण्याच्या उद्देशाने केलेल्या क्रिया होय आणि विपणन म्हणजे वस्तूच्या उत्पादनाच्या बिंदूवरून उपभोगाच्या बिंदूकडे नेण्यात गुंतलेल्या अनेक क्रियांची मालिका होय. अंतिम वापरासाठी ग्राहकांना वस्तू उपलब्ध करून देण्याचे काम घाऊक विक्रेते व किरकोळ विक्रेत्यांकडे सोपविले गेले आहे. एक कार्यक्षम विपणन प्रक्रिया अयोग्य प्रक्रिया, साठवण आणि वाहतुकीमुळे होणारे तोटा कमी करून बाजार मूल्यात वाढ करण्यास देखील हातभार लावू शकते. कृषी उत्पादनांचा पुरवठा अनिश्चित आणि अनियमित आहे कारण नैसर्गिक परिस्थितीवर कृषी उत्पादन अवलंबून आहे. अंतिम ग्राहकांद्वारे त्यांच्या वापरापूर्वी बहुतेक शेती उत्पादनांवर प्रक्रिया केली जावी. कृषी पायाभूत सुविधा विकसित करा. नियमित बाजाराची स्थापना करा. साठवणूक आणि कोठार सुविधा सर्वांत दुर्गम भागात स्थापन करणे आवश्यक आहे. कृषी शिक्षणावर भर द्या.

कळ शब्द: कृषी विपणन, शेती, विपणन, उत्पादन, उत्पादकता, बाजारपेठ, दळणवळण

प्रस्तावना :

शेती, बागायती आणि इतर संबंधित उत्पादनांचा उत्पादकांकडून ग्राहकांकडे हस्तांतरित करण्यामध्ये गुंतलेले व्यावसायिक कार्य म्हणून शेती विपणन परिभाषित केले जाऊ शकते. कृषी विपणनामध्ये कृषी उत्पन्न उत्पादकाकडून ग्राहकांकडे साठवणूक (स्टोरेज), वहन (ट्रान्सपोर्ट), प्रक्रिया (प्रोसेसिंग) मार्गे पाठवले जाते आणि विपणन वाहिन्यांच्या विविध स्तरांवर मालकी हस्तांतरित करण्याच्या सर्व क्रिया समाविष्ट आहेत. शेती ही

भारतीय अर्थव्यवस्थेची कणा आहे. 320 दशलक्ष कार्यक्षेत्रांपैकी 170 दशलक्ष शेतीत कार्यरत आहेत. हे केवळ एवढ्या मोठ्या लोकसंख्येला अन्नाची गरजच पुरवित नाही तर यशस्वी परतावा देखील मिळवितात. स्वातंत्र्योत्तर भारतीय शेतीत वार्षिक 2.6% दराने वाढ झाली आहे. भारताकडे पुरेसे तंत्रज्ञान आहे, परंतु आमच्या उत्पादकांना जागरूकता नसल्यामुळे ती पूर्णपणे राबविले जात नाही.

कृषी विपणन संकल्पना दोन शब्द बनलेली आहे - शेती आणि विपणन. कृषी म्हणजे व्यापक अर्थाने मानवाच्या कल्याणासाठी नैसर्गिक स्रोतांचा वापर करण्याच्या उद्देशाने केलेल्या क्रिया होय आणि विपणन म्हणजे वस्तूच्या उत्पादनाच्या बिंदूवरून उपभोगाच्या बिंदूकडे नेण्यात गुंतलेल्या अनेक क्रियांची मालिका होय. कृषी विपणनाचा विषय विपणन कार्ये, एजन्सीज, वाहिन्या, कार्यक्षमता आणि किंमत, किंमत प्रसार आणि बाजार एकीकरण, उत्पादकाची अतिरिक्त रक्कम इ. शेती विपणन प्रणाली शेती आणि बिगर-शेती क्षेत्रातील दुवा आहे. भारतात शेती पूर्वी निर्वाह आधारावर केली जात असे; गावे स्वयंपूर्ण होती, लोकांनी त्यांच्या वस्तू आणि सेवांचा आदानप्रदान गावात केले. वाहतूक आणि साठवण सुविधांच्या विकासामुळे शेती ही व्यवसायात पात्र झाली आहे. कृषी उत्पादनांचे विपणन हा शेतीचा अविभाज्य भाग मानला जात आहे, कारण एक शेतकरी अधिक गुंतवणूक करण्यास आणि उत्पादन वाढविण्यास प्रोत्साहित करतो.

राष्ट्रीय कृषी आयोगाने कृषी विपणन ही एक प्रक्रिया म्हणून परिभाषित केली, जी विक्री करण्यायोग्य शेतमाल तयार करण्याच्या निर्णयाने सुरू होते आणि त्यात तांत्रिक आणि आर्थिक बाबींवर आधारित, कार्यशील आणि संस्थात्मक दोन्ही पद्धतीच्या बाजारपेठेतील संरचनेचे सर्व बाबींचा समावेश आहे.

कृषी विपणन :

संकल्पना आणि व्याख्या:

कृषी विपणन हा शब्द कृषी आणि विपणन या दोन शब्दांनी बनलेला आहे. कृषी म्हणजे व्यापक अर्थाने, मानवी कल्याणासाठी नैसर्गिक संसाधनांचा वापर करण्याच्या उद्देशाने क्रिया करणे म्हणजेच उत्पादनाच्या सर्व प्राथमिक क्रियांचा समावेश आहे. परंतु, सामान्यतः याचा अर्थ पिके आणि पशुधन वाढविणे. विपणन म्हणजे उत्पादनास उत्पादनाच्या बिंदू ते उपभोगाच्या बिंदूकडे नेण्यात गुंतलेल्या अनेक क्रियांची मालिका होय. त्यामध्ये वेळ, ठिकाण, प्रक्रिया आणि मालकी उपयुक्तता तयार करण्यामध्ये गुंतलेल्या सर्व क्रियांचा समावेश आहे. थॉमसेन यांच्या मते, कृषी विपणनाचा अभ्यास सर्व क्रिया आणि त्यांचे संचालन करणाऱ्या एजन्सीज, शेतातील उत्पादित पदार्थ, कच्चा माल आणि त्यांचे घटक चळवळीत सामील आहेत.

संशोधन अभ्यासाची उद्दीष्टे:

१. कृषी विपणनाची सैद्धांतिक संकल्पना अभ्यासणे .
२. कृषी विपणनाची वैशिष्ट्ये अभ्यासणे .
३. कृषी विपणनातील आव्हाने अभ्यासणे.
४. कृषी विपणनाचे फायदे अभ्यासणे.
५. कृषी विपणन प्रणालीचा अभ्यास करणे.

कृषी विपणन प्रक्रिया :

कृषी विपणन प्रक्रियेमध्ये विविध प्रकारची कार्ये समाविष्ट आहेत जसे:

1) एकत्रिकरण

प्रक्रियेच्या सुरुवातीस, वस्तू एकत्र करणे महत्वाचे आहे. शेतीमाल लहान भागांमध्ये गोळा केले जातो आणि नंतर ते मोठ्या प्रमाणात एकत्र केले जाते. हे कार्य कमी आकाराच्या शेतात आणि उत्पादन लहान प्रमाणात असल्यामुळे हे आवश्यक आहे.

2) प्रतवारी आणि प्रमाणीकरण

जेव्हा वस्तू एकत्र केल्या जातात तेव्हा त्याची प्रतवारी आणि प्रमाणीकरण केले पाहिजे. खरेदीदारांच्या अभिरुचीनुसार आणि गरजेनुसार वस्तूच्या रंग, आकार, चव आणि उपयुक्तता या त्यांच्या मूळ गुणांनुसार वेगवेगळ्या लॉटमध्ये वर्गीकरण केले जावे. वर्गीकरण काही विशिष्ट वैशिष्ट्यांच्या आधारे केले जाते.

3) प्रक्रिया आणि साठवणूक

त्यानंतर काही कृषी वस्तूंवर प्रक्रिया केली जाते. उदाहरणार्थ, गहू पिठात, कापसाला कपड्यात आणि तेलबिया तेलात रूपांतरीत केला जाऊ शकतात. प्रक्रियेदरम्यान वस्तूचे रूपांतर होते जेणेकरून त्यांचे मूल्य वाढेल आणि ग्राहकांना त्यांच्या मूळ स्वरूपापेक्षा अधिक मान्य होईल. उत्पादित वस्तूंची त्वरित विल्हेवाट लावली जाऊ शकत नाही आणि त्यास साठवणुकीसाठी जागेची आवश्यकता असू शकते. साठवण गरजा गोदामे आणि गोदामांचे अस्तित्व निर्माण करतात.

4) वाहतूक

अंतिम वापरासाठी, वस्तू वास्तविक मागणीत असतात त्या ठिकाणी साठवणुकीच्या बिंदूपासून ते त्या स्थानावर हलवावे लागते. यासाठी लांब पल्ल्यापासून आणि बऱ्याच देशांमध्ये त्यांची वाहतूक आवश्यक असू शकते. घाऊक विक्रेत्यांकडे आणि किरकोळ विक्रेत्यांमार्फत त्यांची विक्री होण्यापूर्वी ती परत येण्यापूर्वी थोड्या काळासाठी पुन्हा ठेवणे आवश्यक असू शकते.

5) घाऊक आणि किरकोळ विक्री

अंतिम वापरासाठी ग्राहकांना वस्तू उपलब्ध करून देण्याचे काम घाऊक विक्रेते व किरकोळ विक्रेत्यांकडे सोपविले गेले आहे. कृषी विपणन प्रक्रियेचा हा शेवटचा दुवा आहे आणि संपूर्ण प्रक्रियेमध्ये त्या महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात.

कृषी विपणनाचे महत्त्व :

कृषी विपणन केवळ उत्पादन आणि उपभोगांना उत्तेजन देण्यामध्येच नव्हे तर आर्थिक विकासाची गती वाढविण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. आर्थिक विकासास चालना देण्याकरिता त्याच्या गतिशील कार्यांना महत्त्व आहेत.

1) कार्यक्षम संसाधनांचा वापर आणि उत्पादन व्यवस्थापन:

एक कार्यक्षम शेती विपणन प्रणाली संसाधनांचा वापर आणि उत्पादन व्यवस्थापनाचे वापर करते. एक कार्यक्षम विपणन प्रक्रिया अयोग्य प्रक्रिया, साठवण आणि वाहतुकीमुळे होणारे तोटा कमी करून बाजार मूल्यात वाढ

करण्यास देखील हातभार लावू शकते.

2) शेतीच्या उत्पन्नात वाढ :

एक कुशल विपणन प्रक्रियामध्यस्थ लोकांची संख्या कमी करून किंवा विपणन सेवा आणि शेती उत्पादनांच्या विपणनात त्यांनी अवलंबलेल्या गैरवर्तनांवर आळा घालून शेतकऱ्यांना उच्च उत्पन्नाची हमी देते. एक कार्यक्षम यंत्रणा शेती उत्पादनांच्या चांगल्या किंमतींची हमी देते आणि आधुनिक उर्जा खरेदीमध्ये त्यांच्या उर्वरित गुंतवणूकीस उद्युक्त करते जेणेकरून उत्पादकता आणि उत्पादन वाढू शकेल.

3) बाजारपेठा विस्तारीकरण:

चांगली विपणन प्रणाली उत्पादनांसाठी देशातील आणि बाहेरील दुर्गम भागापर्यंत म्हणजे उत्पादन उत्पादनांपासून दूर असलेल्या भागात नेऊन बाजारपेठेचे विस्तारीकरण करते. बाजाराचे विस्तारीकरण निरंतर आधारावर मागणी वाढविण्यात मदत करते आणि त्याद्वारे उत्पादकांना जास्त उत्पन्नाची हमी दिली जाते.

4) कृषी-आधारित उद्योगांची वाढ:

कृषी विपणनाची सुधारित व कार्यक्षम प्रणाली कृषी-आधारित उद्योगांच्या वाढीस मदत करते आणि अर्थव्यवस्थेच्या सर्वांगीण विकास प्रक्रियेस उत्तेजन देते.

5) किंमत चळवळ:

एक सक्षम विपणन प्रणाली अर्थव्यवस्थेच्या गरजेनुसार उत्पादनांचे नियोजन करण्यास शेतकऱ्यांना मदत करते.

6) नवीन तंत्रज्ञानाचा अवलंब आणि प्रसार :

विपणन प्रणाली शेतकऱ्यांना नवीन वैज्ञानिक आणि तांत्रिक ज्ञान घेण्यास मदत करते. नवीन तंत्रज्ञानासाठी जास्त गुंतवणूकीची आवश्यकता आहे आणि जर बाजारातील मंजुरीची हमी दिली गेली तरच शेतकरी गुंतवणूक करतील.

7) रोजगार:

विपणन यंत्रणा बांधणी, वाहतूक, साठवणूक आणि प्रक्रिया इत्यादी विविध कामांमध्ये गुंतलेल्या लाखो लोकांना रोजगार प्रदान करते.

8) राष्ट्रीय उत्पन्नामध्ये भर:

विपणन क्रिया या उत्पादनास मोलाची साथ देतात आणि त्यामुळे देशाचे एकूण राष्ट्रीय उत्पादन आणि निव्वळ राष्ट्रीय उत्पादन वाढते .

9) उपयुक्तता निर्मिती:

विपणन उत्पादनात किंमत वाढ करते; परंतु, त्याच वेळी ते उत्पादनामध्ये उपयुक्तता जोडते. उत्पादनाच्या पुढील चार प्रकारच्या उपयुक्तता विपणनाद्वारे तयार केल्या आहेत:

प्रक्रिया उपयुक्तता : प्रक्रिया कार्य कच्चा मालाचेरुपांतर पक्क्या मालात करून उत्पादनामध्ये प्रक्रिया उपयुक्तता निर्माण करते . या बदलामुळे उत्पादन ज्या प्रकारे उत्पादित केले जाते त्यापेक्षा उत्पादन अधिक उपयुक्त होते.

ठिकाण उपयुक्तता: वाहतूक कार्य उत्पादनांची भरपूर उपयुक्तता असलेल्या ठिकाणांकडे नेऊन त्यांची उपयुक्तता वाढवते . उत्पादनांची उपयुक्तता वाढल्यामुळे उत्पादनांच्या जागेपेक्षा उत्पादन वापराच्या ठिकाणी जास्त किंमत असते.

वेळ उपयुक्तता: साठवणूक क्रिया उत्पादन आवश्यक वेळी उपलब्ध करून देऊन त्याची वेळ उपयोगिता वाढवीत असते .

मालकी उपयुक्तता: खरेदी-विक्रीचे विपणन कार्य एखाद्या व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे मालकी हस्तांतरित करण्यास मदत करते . उत्पादन विपणनाद्वारे कमी उपयोगिता असलेल्या व्यक्तींकडून जास्त उपयोगिता असलेल्या व्यक्तींकडे हस्तांतरित केले जाते.

कृषी विपणनाची आव्हाने :

1) बाजार शुल्कामध्ये तफावत :

राज्यांच्या APMC कायद्यातील तरतुदीनुसार प्रत्येक बाजार समितीला बाजारपेठेतील शेतकरी किंवा व्यापाऱ्यांनी आणलेल्या अधिसूचित शेती उत्पादनांच्या विक्रीवरील परवाना धारकांकडून (व्यापारी) विहित पद्धतीने बाजार शुल्क वसूल करण्यास अधिकृत केले जाते. राज्य शासनाने निर्दिष्ट केलेले दर नियमांच्या कक्षेत आणल्या जाणाऱ्या वस्तूंची संख्या वेगवेगळी असते. बाजारपेठ फी गुजरातमधील 0.५० व पंजाब आणि हरियाणामध्ये २ टक्क्यांच्या दरम्यान असते. खरेदीदार आणि विक्रेत्यांनी देय असलेले शुल्क देखील भिन्न आहेत. अनेक राज्य सरकारांनी इतर कर / फी / उपकर लागू केले आहेत ज्यामुळे गोंधळ उडाला आहे.

2) ग्रामीण बाजारपेठेकडे दुर्लक्ष :

देशात २१००० ग्रामीण बाजारपेठा आहेत ज्या विकासाच्या प्रक्रियेबाहेर आहेत. हे मार्केट्स निर्माता विक्रेता आणि व्यावसायिक प्रक्रिये दरम्यानचे पहिले संपर्क बिंदू आहेत. यापैकी बहुतेक बाजारामध्ये मूलभूत किमान सुविधा नसतात.

3) सामान्य व्यापार भाषेची अनुपस्थिती :

देशातील निरनिराळ्या संस्थांकडून कृषी वस्तूसाठी विविध मानकांचे / निर्देशांचे पालन केले जाते. PFA कायद्यात दिलेली मानके ही राष्ट्रीय मानक आहेत. याशिवाय, AGMARK मानके, BIS मानके, वेअरहाउसिंग कॉर्पोरेशनने निश्चित केलेले मानक आणि भारतीय खाद्य महामंडळ मानके खरेदीदराकरिता आहेत. वेगवेगळ्या वस्तूंच्या व्यापाऱ्यांना देशातील वेगवेगळ्या ठिकाणी त्यांची स्वतःचे व्यापारी मानके आहेत.

4) प्रवेश कर आणि विक्री करात फरक :

वेगवेगळ्या कृषी वस्तूंवर लावलेला प्रवेश कर / जकात कर आणि विक्री कराचे दर प्रत्येक राज्यात वेगवेगळे असतात ज्यामुळे कृषी उत्पादनांचा खर्च वाढतो आणि उत्पादन वाढीस अडथळा आणणाऱ्या शेतकऱ्यांना विकृत संकेत मिळतात आणि व्यापार विकृती होते. यामुळे राज्याच्या सीमेवर अडचणी निर्माण होतात ज्यामुळे वस्तूंच्या आंतरराज्यीय चळवळीत विलंब होतो.

5) जीवनावश्यक वस्तू कायद्यांतर्गत नियंत्रणे :

केंद्र सरकारने वस्तूंच्या साठवण आणि वाहतुकीवरील सर्व बंधने दूर केली असली तरी, अनेक राज्य सरकार अद्यापही EC कायदानुसार लागू केलेल्या अनेक नियंत्रण आदेशांची अंमलबजावणी करीत आहेत. हे नियंत्रण आदेश सीमा तपासणी बिंदूवर अंमलबजावणी करणाऱ्या अधिकाऱ्यांनी भाड्याने घेतलेल्या मालाला कृषी वस्तूंच्या

हालचाली व साठवणुकीत कृत्रिम अडथळे निर्माण करून देतात. ईसीएअंतर्गत निर्बंध मागे घेण्याबाबत पुरेशी प्रसिद्धी झालेली नाही.

6) हंगामी उत्पादन:

विशिष्ट हंगामात शेतीची उत्पादने तयार केली जातात; ते वर्षभर तयार होऊ शकत नाहीत. कापणीच्या हंगामात, किंमती खाली येतात. परंतु उत्पादित उत्पादनांचा पुरवठा वर्षभरात समायोजित केला जाऊ शकतो किंवा बनविला जाऊ शकतो. त्यांच्या किंमती वर्षभर जवळजवळ सारख्याच असतात.

7) उत्पादनांचे मोठ्या प्रमाणात उत्पादन:

बहुतेक शेतीच्या मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनांचे वैशिष्ट्य म्हणजे त्यांची वाहतूक आणि साठवण कठीण आणि महाग होते. ही वस्तुस्थिती उत्पादनाचे स्थान वापरण्याच्या ठिकाणी किंवा प्रक्रियेच्या जवळपास कोठेतरीही प्रतिबंधित करते. अवजड उत्पादनांमध्ये किंमत जास्त आहे कारण वाहतूक आणि साठवणूक खर्च जास्त आहेत.

8) उत्पादनांच्या गुणवत्तेत तफावत:

कृषी उत्पादनांच्या गुणवत्तेत मोठ्या प्रमाणात फरक आहे, ज्यामुळे त्यांचे श्रेणीकरण आणि मानकीकरण काहीसे कठीण झाले आहे. उत्पादित वस्तूंमध्ये अशी कोणतीही समस्या नाही, कारण ती एकसारख्या गुणवत्तेची उत्पादने आहेत.

9) कृषी उत्पादनांचा अनियमित पुरवठा:

कृषी उत्पादनांचा पुरवठा अनिश्चित आणि अनियमित आहे कारण नैसर्गिक परिस्थितीवर कृषी उत्पादन अवलंबून आहे. वेगवेगळ्या पुरवठ्यासह, मागणी जवळजवळ स्थिर राहिल्यास, कृषी उत्पादनांच्या किंमतीमध्ये मोठ्या प्रमाणात चढ-उतार होतात.

10) प्रक्रिया:

अंतिम ग्राहकांद्वारे त्यांच्या वापरापूर्वी बहुतेक शेती उत्पादनांवर प्रक्रिया केली जावी. या प्रक्रिया कार्यामुळे शेती मालाचा भाव वाढतो.

11) इतर अडथळे

साठवणूक, वाहतूक, टेलिकम्युनिकेशन, गुणवत्ता नियंत्रण, पॅकेजिंग, किंमत जोखीम व्यवस्थापन, स्पॉट मार्केटचे कमोडिटी एक्सचेंजसह एकरूपीकरण, अधिकृत स्टोरेज आणि वेअरहाऊस, बाजारपेठेच्या नेतृत्वात विस्तार आणि अनुकूल फ्रेमवर्क सारख्या पायाभूत सुविधांचा अभाव. कंत्राटी शेतीला प्रोत्साहन देण्यासाठी देशातील स्पर्धात्मक शेती विपणन व्यवस्थेसाठी इतर काही महत्त्वपूर्ण अडचणी आहेत.

सूचना :

खाली कृषी विपणनात सुधारणा घडवून आणण्यासाठी काही उपाययोजना राबविल्या जाऊ शकतात जेणेकरून शेतकरी वर्गाला न्याय्य मिळू शकेल.

1. शारीरिक संवाद स्थापित करा.
2. कृषी पायाभूत सुविधा विकसित करा.
3. नियमित बाजाराची स्थापना करा.

4. साठवणूक आणि कोठार सुविधा सर्वात दुर्गम भागात स्थापन करणे आवश्यक आहे.
5. कृषी शिक्षणावर भर द्या.
6. माहिती तंत्रज्ञान देशभर पोहोचले पाहिजे.
7. योग्य दळणवळणसुविधा असणे आवश्यक आहे.
8. शेती बाजारात नियंत्रण आणि समन्वय वाढवा.
9. शेतकरी व कृषी-प्रक्रिया युनिटला आर्थिक मदत प्रमाण वाढवा.
10. नवीन विपणन तंत्र प्रशिक्षण अंमलबजावणी करावी.
11. सहकारी विपणन सुधारणे आवश्यक आहे.

निष्कर्ष:

विकसनशील अर्थव्यवस्थेची वैशिष्ट्ये सामायिक करतात तर व्यावसायिक शेती क्षेत्रामध्ये विकसनशील अर्थव्यवस्थेची अनेक वैशिष्ट्ये आहेत आणि त्याच प्रकारे बदलत आहेत. पारंपारिक कृषी विकासाच्या मार्गावर सारणी तयार करू शकतात किंवा ते अशी एक अशी रणनीती विकसित करू शकतात जी माहिती देणारी असेल. औद्योगिक आणि अ-औद्योगिकृत शेती उत्पादनांमध्ये भेद करणे हे सामाजिक शेतीचे सोसायटीचे वैशिष्ट्य आहे .

संघटनांऐवजी स्थानिक आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापार अधिक आणि अधिक अनुक्रमित साखळ्यांच्या आत राहतील अशा वातावरणासाठी धोरणे योग्य आहेत हे सुनिश्चित करण्यासाठी धोरणांच्या चौकटींचा पुनर्विचार केला पाहिजे. विशेषतः (अंशतः) सार्वजनिकरित्या अनुदानित संशोधन परिणाम, शेतकरी समर्थन आणि शेतकरी समर्थन सेवांचे व्यापार, बौद्धिक मालमत्ता अधिकारांचा समावेश असावा . शेतकरी, विशेषतः कुटूंबियांना योग्य सहाय्य सेवा (संशोधन, विस्तार, आणि प्रशिक्षण) विकसित करण्यासाठी पुरवठा साखळ्यांची गतीशीलता आणि सामाजिक खर्च आणि फायदे समजून घेणे गरजेचे आहे.

संदर्भ:

- 1) Acharya S.S and Agarwal NL, 2006, Agricultural Marketing in India. Oxford & IBH Publishing Co. Pvt. Ltd. New Delhi
- 2) Kahlon, A.S and Tyagi. D S, 1983 Agricultural Price Policy in India. Allied Publishers Pvt.Ltd., New Delhi.
- 3) Kulkarni, K R.1964, Agricultural Marketing in India. The Co-operators Books Depot, Mumbai.
- 4) Mamoria, C.B. and Joshi. R L.1995, Principles and Practices of Marketing in India, Kitab Mahal, Allahabad.
- 5) BESSIÈRE, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1):21–34