

11. வேளாண் பொருட்களை அங்காடிப்படுத்துதல்

(Marketing of Agricultural Produce)

நாம் இப்பகுதியில் இலக்கணம், முக்கியத்துவம், அங்காடிக் கட்டமைப்பு, தற்போதைய முறைமை, குறைபாடுகள், தீர்வுகள், நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி, ஒப்பந்த பண்ணை, மாற்று வழி அங்காடி முறைமை ஆகியவைகளை தெளிவாக்கிக் கொள்ளலாம்.

1. இலக்கணம்

வேளாண்மைப் பொருட்கள் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோர்களுக்கு எப்படி, யார் மூலம், எந்த விலைக்கு, எந்த இலாபத்திற்கு பொருட்கள் சென்று அடைகின்றதென ஆய்வதையே வேளாண்மையை அங்காடிப்படுத்துதல் அல்லது சந்தையிடுதல் என்கிறோம். விவசாயிகள் அதிகமாக உற்பத்திச் செய்வதாலேயே அவர்களின் இலாபம் அதிகரிக்குமென்று கூற இயலாது. தங்கள் விளைப் பொருட்களை எந்த விலைக்கு விற்கின்றார்கள் என்பதே, முக்கியமாக அவர்களின் இலாப அளவை நிர்ணயிக்கும் காரணியாகும்.

வேளாண் பொருட்கள் அங்காடி திறமையாகச் செயல்பட்டால் உற்பத்தியாளர்களாகிய விவசாயிகளும் நுகர்வோர்களும் போதிய வருவாயுடன் மனநிறைவுடன் வாழ்வார்கள். இதற்கு எதிராக, அங்காடித் திறமையாக செயல்படாவிட்டால், நுகர்வோர் தரும் விலையில் நியாயமான பகுதி உற்பத்தியாளருக்குப் போகாது; எனவே உற்பத்தியாளர் விலை கட்டுபடியாகவில்லையென அடுத்த பருவத்தில் அந்த குறிப்பிட்ட பயிரை போதிய அளவுக்கு உற்பத்திச் செய்யாமல், அதன் விற்பனை அளவும் குறைந்து, நுகர்வோர்கள் போதிய அளவு பொருட்கள் கிடைக்காமல் பாதிக்கப்படுவார்கள். பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உந்து சக்தியாக அங்காடி செயல்படுகின்றது என்றால் நூற்றுக்கு நூறு உண்மையாகும். அதிலும் நம் போன்ற வளர்ந்து வரும் வேளாண்மை நாட்டில் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு மூலகாரணமாக வேளாண் அங்காடி திகழ்கின்றது. வேளாண்மை பல்வேறு மூலப் பொருட்களை தொழிற்சாலைகளுக்கு அளிப்பதோடு மட்டுமல்லாமல், தொழிற்சாலையில் உற்பத்தியான பொருட்களை வாங்குவோரில் பெரும்பான்மையாக விவசாயிகள் இருக்கின்றார்கள். இதனால் தான் பெரும் தொழிற்

நிறுவனங்கள் தங்களது நிறுவன ஆண்டறிக்கையில், "வேளாண்மை வளர்ச்சி குறைந்து விட்டதால், தொழில் நிறுவனத்தின் இலாபமும் குறைந்து விட்டது" என்று குறிப்பிடுகின்றார்கள்.

2. வேளாண் அங்காடியின் முக்கியத்துவம் (Importance of Agricultural Marketing)

பொருளாதார முன்னேற்றத்தில் வேளாண் அங்காடியின் முக்கியத்துவத்தை பின்வருமாறு தொகுத்துக் கூறலாம்:-

(i) வருவாய் அதிகரிக்கும் : திறமையான அங்காடி முறையில் பொருள்களை அங்காடிப்படுத்தும் செலவுகள் குறைந்து, இடைத் தரகர்களின் எண்ணிக்கைக் குறைந்து, தில்லு முல்லுகளும் களையப்படுவதால் உற்பத்தியாளரின் வருவாய் அதிகரிக்கும். அவர்களுக்குக் கிடைக்கும் வருவாயும் உறுதி செய்யப்படும். அவர் விற்கும் பொருட்களின் அளவும் அதிகரிக்கும். இதற்கு எதிராக அங்காடியில் விற்பனைச் செலவு அதிகம் (அ) விற்க முடியாத நிலை இருந்தால் உற்பத்தி, விற்பனையளவு, வருவாய் ஆகியவைகள் குறைந்து விடும்.

(ii) அங்காடி விரிவடைதல் : திறமையான அங்காடித் தொடர் அமைப்பு இருக்குமானால் உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் தொலைதூர இடங்களுக்கும், ஊரகப் பகுதியிலும் பொருட்கள் விற்பனையாகும். இதனால் உற்பத்தியாளருக்கு தொடர்ச்சியான வருவாய் கிடைக்கும் வாய்ப்புண்டு.

(iii) வழிகாட்டும் விலை : திறமையான அங்காடியில் நிலவும் விலையைப் பார்த்து, உற்பத்தியாளர் என்ன எவ்வளவு பயிரிடுவது என்பதற்கு விலை வழி காட்டியாக உள்ளது.

(iv) வேளாண் சார்ந்த தொழில்கள் வளரும் : துணித்தொழில், சர்க்கரை, சணல், சமையல் எண்ணெய், உணவு பதப்படுத்தும் தொழில்கள் உட்பட பல்வேறு தொழில்கள், வேளாண்மையிலிருந்தே மூலப் பொருள்களைப் பெறுகின்றது. அங்காடியில் விலை சீராக இருந்தால் இந்த மூலப்பொருட்கள் தட்டுப்பாடின்றி கிடைத்து, இத்தொழில்களும் நன்கு வளர்ச்சியடையும்.

(v) புதிய தொழில் நுணுக்கங்கள் : போதிய விலையும் வருவாயும் கிடைத்தால் விவசாயி உட்பட அனைத்து உற்பத்தியாளர்களும் புதிய தொழில் நுணுக்கங்களைப் பின்பற்றி, தரமான பொருள்களை, புதிய பொருள்களை, போதிய அளவிற்கு உற்பத்தி செய்வார்கள்.

(vi) அதிக வேலை வாய்ப்பு : உற்பத்தி, பதப்படுத்துதல், சேமித்தல், கட்டுமானம், போக்குவரத்து போன்ற அங்காடிச் சார்ந்த தொழில்களில் அதிக நபர்களுக்கு வேலை கிடைக்க வாய்ப்புண்டு.

(vii) வளங்கள் உச்ச நிலையில் பயன்படுத்தப்படுதல் : திறமையான அங்காடியில் வீண் செலவுகளும் இழப்புகளும் குறைந்து, உற்பத்தியும் விற்பனையும் வருவாயும் அதிகரிக்கும். இதற்கேற்ப பல்வேறு உற்பத்தி வளங்களையும் அதிக வருவாய் தரத்தக்கதாக உச்சநிலையில் பயன்படுத்தப்படும். இவ்வாறு வளங்கள் வீணாவது தடுக்கப்படுவதால் உற்பத்தியாளருக்கு மட்டுமல்லாமல், நாட்டுக்கும் எதிர்கால சந்ததியினருக்கும் வளங்கள் கிடைக்க உறுதி செய்யப்படுகின்றது.

(viii) நாட்டு வருவாய் உயர்தல் : விற்பனையும் உற்பத்தியும் அதிகரிப்பதால் நாட்டு வருவாயின் அளவும் நிச்சயம் அதிகரிக்கும்.

(ix) உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரம் : திறமையான அங்காடியில் உற்பத்தியாளரின் வருவாய் உயர்ந்து, நுகர்வோரின் செலவுக் குறைந்து, வீணாவது தடுக்கப்பட்டு, ஏற்றுமதி அதிகரித்து - இவைகளின் விளைவாக ஒட்டுமொத்த சமுதாயத்தின் வாழ்க்கைத் தரமும் உயரும்.

3. அங்காடிக் கட்டமைப்பு (Market Structure)

பொருளியலில் அங்காடி என்பது அங்காடிப்படுத்தும் செயலைத்தான் குறிக்கின்றதே தவிர, அங்காடிக் கட்டங்களைப் குறிப்பிடுவதல்ல. அப்படியிருக்கும் போது அங்காடிக் கட்டமைப்பு என்றால் என்ன? இதனைப் பின்வரும் விளக்கங்கள் தெளிவாக்கும்:-

அங்காடியில் விலை மற்றும் போட்டிகள் எவ்வாறுள்ளன என்பதன் அடிப்படையில் அங்காடியின் கட்டமைப்பு உணரப்படுகின்றது. எடைக் குறைவு, தரம் குறைவு, அதிக விலை போன்றவற்றால் ஓர் அங்காடியின் கட்டமைப்பு குறைத்து மதிப்பிடப்படுகின்றது. இவ்விடங்களுக்கு விவரம் தெரிந்த நுகர்வோர்கள் வரமாட்டார்கள். அதற்குப் பதிலாக சரியான எடை, தரத்திற்கு உத்தரவாதம், யார் வாங்கினாலும் ஒரே விலைதான் என்ற கட்டமைப்பு ஓர் அங்காடியில் நிலவினால், நுகர்வோர்கள் அதிக எண்ணிக்கையில் வருவார்கள்; அங்காடிக்கும் நல்ல பெயர்.

சிறந்த அங்காடிக் கட்டமைப்பால் வாணிபம் அதிகரித்து, உற்பத்தியாளரின் வருவாய் உயர்ந்து, நுகர்வோர்கள் மனநிறைவுடன் பொருட்களை வாங்கிச் செல்வர். அனைத்துப் பிரிவு மக்களுக்கும் ஒட்டுமொத்த சமுதாயத்திற்கும் நன்மை ஏற்படுகின்றது.

அ) அங்காடிக் கட்டமைப்பின் கூறுகள் (Components of Market Structure)

(i) போட்டியின் தன்மை : அங்காடியில் அதிக எண்ணிக்கையில் நிறுவனங்கள் செயல்பட்டு, நியாயமான போட்டி விலையில் விற்கப்படுகின்றன / வாங்கப்படுகின்றன. இந்நிலையில் முற்றூரிமை விற்பனையாளரோ முற்றூரிமை வாங்குபவரோ தோன்ற முடியாது. அல்லது சிலர் ஒன்று சேர்ந்து கொண்டு, பொருளின் அளவிலும் விலையிலும் செயற்கையான பற்றாக்குறையை ஏற்படுத்த முடியாது.

(ii) நிறுவனங்கள் நுழைய, வெளியேறத் தடை : முன்பே செயல்படும் நிறுவனங்கள் ஒன்று சேர்ந்து கொண்டு, புதிய நிறுவனங்கள் அங்காடியில் நுழைய

தடைகளை ஏற்படுத்தும்; சில சமயம் அரசை அவ்வாறான சட்டங்களை இயற்றும்படியும் வற்புறுத்தும். இச்சூழ்நிலையில் அங்காடிக் கட்டமைப்பு மோசமானதாகக் கருதப்படும். இதற்கு எதிரான சூழ்நிலைகளில் அங்காடிக் கட்டமைப்பு போற்றப்படும்.

(iii) பொருள் வேறுபாடு : பொருள்கள் ஒரே தன்மையுடையனவாக (Homogeneous) இருக்கின்றனவா அல்லது வேறுபாட்டுடன் (Heterogeneous) இருக்கின்றனவா என்பதும் அங்காடிக் கட்டமைப்பின் இயல்பை விளக்குவதாக இருக்கும். பொருள்கள் ஒரே தன்மையுடன் இருந்தால் அதிக விலை வேறுபாடு நிலவ வாய்ப்பில்லை. ஆனால் பொருள் வேறுபாட்டுடன் இருந்தால், ஒவ்வொரு உற்பத்தியாளரும் தனது பொருள்தான் சிறந்ததெனக்கூறி, கூடுதல் விலை வசூலிப்பார்.

(iv) நிறுவனங்கள் ஒருங்கிணைப்பு : அங்காடியிலுள்ள நிறுவனங்கள் ஒருங்கிணைந்து செயல்பட்டால் விலையில் அதிக ஏற்றத்தாழ்வு இருக்காது. அதற்கு எதிராக நிறுவனங்களுக்கிடையே ஒருங்கிணைப்பு இல்லாவிட்டால் விலையில் ஏற்றத்தாழ்வு இருக்கும்.

(v) அங்காடிச் செய்திகள் : என்ன தரமான பொருட்கள், என்ன விலையில் விற்கப்படுகின்றதென அனைத்து வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பனையாளர்களுக்கும் எளிதில் தெரியுமானால், அங்கு உயர்ந்த அங்காடிக் கட்டமைப்பு நிலவும். இதற்கு எதிராக ஆளுக்கேற்ற விலை, தரம், அதுவும் எளிதில் தெரிந்து கொள்ள முடியாதென்றால், அந்த அங்காடிக் கட்டமைப்பு மோசமானதாக கருதப்படும்.

இவ்வாறு தனி விற்பனை நிறுவனங்கள் தங்களது விலைக் கொள்வக, விற்பனையளவு, பிற நிறுவனங்களுடன் எவ்வாறு நடந்து கொள்வது என்பது போன்றவைகளை நிர்ணயிக்கக்கூடிய சக்தி அங்காடிக் கட்டமைப்பிடம் உள்ளது. இருப்பினும் அங்காடிக் கட்டமைப்பும் மாற்றத்திற்கு உட்பட்டதேயாகும்.

ஆ) அங்காடிக் கட்டமைப்பில் மாற்றங்கள் (Changes in the market Structure)

(i) உற்பத்தி முறையில் மாற்றம் : தொழில் நுணுக்கம், பொருளாதார, அமைப்பு வகை மாற்றங்களுக்கேற்ப ஒவ்வொரு பொருளின் உற்பத்தி முறையும் மாறுவதுடன், மொத்த பொருட்களின் எண்ணிக்கையும் மாறுகின்றது. அதற்கேற்ப கட்டமைப்பும் மாறுபடும்.

(ii) தேவை முறையில் மாற்றம் : பல்வேறு பொருட்களின் தேவை முறையிலும், முக்கியமாக அதன் தரம், அமைப்பிலும் மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்றன. நுகர்வோர் வருவாய், விருப்பம், பழக்க வழக்கங்களும் மாறுகின்றன. இதற்கேற்ப அங்காடிக் கட்டமைப்பும் மாறுபடும்.

(iii) போக்குவரத்து, சேமிப்பு, நிதி, அங்காடிச் செய்தி பரவதல் போன்ற அங்காடிச் செயல்களில் ஏற்படும் மாற்றங்களும் அங்காடிக் கட்டமைப்பை மாற்றி விடுகின்றன.

அத்துடன் கட்டாயக் கொள்முதல், விலை நிர்ணயம், மானியம் வழங்குதல், பொருள் போக்குவரத்தில் கட்டுப்பாடு போன்ற அரசின் கொள்கைகளில் மாற்றமேற்படும் போதும் அங்காடிக் கட்டமைப்பு மாறிவிடும்.

இவ்வாறாக அங்காடிச் செயல்களுக்கேற்ப அங்காடிக் கட்டமைப்பு மாறுகின்றது. அதேபோல் அங்காடிக் கட்டமைப்புக்கேற்ப அங்காடிச் செயல்களும் மாறுபடுகின்றன.

4. தற்பொழுது அங்காடியில் பின்பற்றப்படும் முறைமை

பெரும்பான்மையான விவசாயிகள் தங்கள் பொருட்களை அறுவடை முடிந்ததும் களத்து மேட்டிலேயே உள்ளூர் அல்லது அருகாமையிலுள்ள வியாபாரிகளுக்கு விற்று விடுகின்றனர். வியாபாரிகள் கொண்டுவரும் அளவைகளினாலேயே பொருட்கள் அளக்கப்படுகின்றன. அருகிலுள்ள நகரத்தில் விலை அதிகமெனத் தெரிந்தும், உள்ளூரிலேயே குறைந்த விலைக்கு விற்று விடுகின்றார்கள். அவ்வாறு உள்ளூரிலேயே விற்பதற்கான காரணங்களைத் தொகுத்துக் கூறலாம்:-

1. பணம் அவசரமாகத் தேவைப்படும் சூழ்நிலை.
2. நகரங்களுக்குக் கொண்டு செல்ல வாகன வசதியின்மை.
3. வாகனங்கள் கிடைத்தாலும் நல்ல சாலை வசதியின்மை.
4. உள்ளூர் வணிகர்களிடம் அறுவடைக்கு முன்பே பணம் வாங்கி விடுதல்.
5. பொருட்களை சேமித்து வைக்கப் போதிய கொள்கலன்கள் இல்லாமை.
6. நில வாரத்தை உடனடியாக கொடுக்க வேண்டிய சூழ்நிலை.
7. நகர மண்டிகளுக்குச் செல்ல போதிய அவகாசமின்மை.
8. நகரங்களில் என்ன விலை என்பதைச் சரியாகத் தெரிந்து கொள்ளாமை.
9. விவசாயிகள் பொறுமையைச் சோதிக்கும் வண்ணம் ஒழுங்கு முறை விற்பனைக் கூடங்களில் பின்பற்றப்படும் விற்பனை முறைகள்.
10. நகர மண்டிகளில் விவசாயிகளுக்கும் அவர்களின் கால்நடைகளுக்கும் அடிப்படை வசதிகள் இல்லாமை.

ஒரு சிலர் நகர்புற வணிகர்களிடம் அல்லது மண்டிகளுக்கும் கொண்டு சென்று விற்பார்கள். இங்கு விற்போர் பிரதிநிதியும் வாங்குவோரின் பிரதிநிதியும் கூடி ஒரு துண்டினால் தங்களது கைகளை மூடிக்கொண்டு, கை விரல்களைப் பிடிப்பதன் மூலம் பேரம் பேசி விலையை நிர்ணயிப்பர். அதன்பின் விலையை விவசாயிடம் கூறுவர். இவ்வாறு விவசாயிகளுக்கு எவ்வித பேரம் பேசும் உரிமை இல்லாமலே அவரது விளைப் பொருட்களுக்கு விலை நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன. 'மாதிரி' என்ற பெயரில் கணிசமான பகுதி விளை பொருட்கள் வணிகர்களால் விலை இல்லாமலேயே எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன. விவசாயிகளுடன் இனிப்பாக வணிகர்கள் பேசுவர். எனினும் தவறாக அளத்தல் / எடை போடுதல், தவறாகக் கணக்குப் போடுதல்

மூலம் விவசாயிகளின் அறியாமையைப் பணமாக்கிக் கொள்கின்றனர் இவ்வணிகர்கள். அது தான் வணிகம் போலும்!

ஆங்காங்கே நிலவும் ஒழுங்குமுறை விற்பனைக்கூடங்களிலும் விவசாயிகள் விளைபொருட்களை விற்கின்றார்கள். இங்கும் உள்ளூர் வணிகர்களே பெரும்பாலும் பொருட்களை வாங்குபவர்களாக இருக்கின்றனர் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. எனவே இங்கு தில்லுமுல்லுகள் இல்லையென்றாலும், அதிகாலையிலேயே விற்பனைக் கூடத்துக்கு வந்த விவசாயிகளுக்கு அன்றிரவு 10 மணிக்குக்கூட பணம் பட்டுவாடா செய்யப்படுவதால் விவசாயிகள் இங்குச் செல்லத் தயங்குகின்றார்கள்.

5. அங்காடிப்படுத்துதலில் உள்ள குறைபாடுகள்

1. கட்டாய விற்பனை : தேசிய திட்டக்குழு கூறியவாறு¹ விவசாயிகள் தங்களது விளைபொருட்களை தங்களுக்குப் பாதகமான இடத்தில் பாதகமான நேரத்தில் மிகவும் பாதகமான விலையில் அங்காடிப்படுத்துகின்றார்கள்.

அநியாய வட்டிக்கு கடன் வாங்கிவிட்ட விவசாயிகளுக்குப் போதிய கொள்கலன்கள் வசதியில்லாததாலும், போக்குவரத்து வசதி இல்லாததாலும் தங்களுக்குப் "பாதகமான இடமாகிய" உள்ளூரிலேயே, "பாதகமான நேரமாகிய" அறுவடை முடிந்த உடனே, "பாதகமான விலையான" குறைந்த விலைக்கு அங்காடிப்படுத்த வேண்டிய பாதக நிலை ஏற்படுகின்றது.

2. குறைந்த தரம் : சீரான விதைகளைப் பயன்படுத்தாமை, சாகுபடி நேரத்தில் பூச்சி, வறட்சி, அதிக மழை போன்றவற்றால் பாதிக்கப்படல், விளைப் பொருட்களைச் சேமிக்க நவீன கொள்கலன்கள் இல்லாமையாலும், அறுவடைக்குப் பிறகு எலி, பூஞ்சான்களால் பாதிக்கப்படுவதாலும் விளை பொருள்களின் தரம் குறைவாக உள்ளது. மேலும் சிலர் வேண்டுமென்றே கலப்படம் செய்து விடுகின்றார்கள்.

3. தரம் பிரிக்காமை : விவசாயிகள் தங்களின் விளைப் பொருட்களை தரவாரியாக பிரிக்காமலேயே அங்காடிப்படுத்தி விடுகின்றார்கள். இதனால் இவர்களின் நிகர வருவாய் குறைவாகவே இருக்கின்றது.

4. சேமிக்க வசதியின்மை : அறுவடையான பொருட்களுக்கு நல்ல விலை கிடைக்கும் வரை சேமிப்பதற்கான கொள்கலன் வசதி பெரும்பான்மையான விவசாயிகளிடம் இல்லை. எனவே அறுவடையானவுடன் குறைந்த விலையில் அங்காடிப்படுத்த வேண்டியுள்ளது.

5. அங்காடி நிலவரங்களைத் தெரிந்து கொள்ள முடியாமை : ஒரு மூட்டையின் எடையளவு, தரவாரியாக விலை போன்ற அங்காடி நிலவரங்களை எளிதில் ஊரக விவசாயிகள் தெரிந்து கொள்ள முடிவதில்லை.

6. போக்குவரத்து வசதியின்மை : போதிய இரயில், வாகனங்கள் மற்றும் சாலை போக்குவரத்து வசதியில்லை; இருக்கும் இடங்களிலும் போக்குவரத்துச் செலவுகள் அதிகமாயுள்ளன.

7. அமைப்பு இல்லாமை : அறியாமையில் மூழ்கிக் கிடக்கும் பெரும் எண்ணிக்கையிலான சிறு விவசாயிகள் தங்களின் விளைபொருட்களை விற்பதற்காக எவ்வித ஒற்றுமையோ அமைப்போ இல்லாமலிருப்பதை பயன்படுத்திக் கொண்டு இந்த விலைக்குத்தான் வாங்க வேண்டுமென வணிகர்கள் தங்களுக்குள்ளேயே முன்பே பேசித் தீர்மானித்துக் கொள்கிறார்கள். ஆகவே எண்ணிக்கையில் மிகச் சிலராக இருக்கும் வணிகர்கள் கொள்ளை இலாபம் அடிக்கின்றார்கள்.

8. தவறான அளவைகள் : எடைபோடும் கருவிகள் பல சரியான அளவைக் காட்டுவதில்லை. மேலும் இன்றும் கூட பல பொருட்கள் அம்பாரமாக (குவியலாக) வைத்து விலை பேசி விவசாயிகளிடமிருந்து பெற்று, பின் எடை அல்லது எண்ணிக்கை கணக்கில் அவற்றை இடைத்தரகர்கள் அங்காடிப்படுத்துகின்றார்கள். இதனால் பெரிதும் விவசாயிகளின் வருவாய் குறைகின்றது.

9. தில்லுமுல்லு : துண்டினால் மறைத்துக் கொண்டு கைவிரல்களைப் பிடித்துப் பேரம் பேசுதல், சரியான எடைகளைப் பயன்படுத்தாமை, மாதிரி என்ற பெயரில் கணிசமான பொருட்களை விலையில்லாமலேயே எடுத்துக் கொள்ளுதல் போன்ற வியாபார தில்லுமுல்லுகள் தாராளமாகவே பின்பற்றப்படுகின்றன.

10. அதிகச் செலவுகள் : கமிஷன் என்றும், பிற பெயர்களிலும் பல்வேறு நிலைகளில் அதிகமான தொகையை விவசாயிகள் கொடுக்க வேண்டியுள்ளது.

11. கலப்படம் : இடைத் தரகர்கள் இலாபத்தை அதிகரிக்கும் நோக்கத்துடன் கலப்படம் செய்கின்றார்கள்.

12. ஏராளமான இடைத்தரர்கள் : விற்போருக்கும் வாங்குவோருக்கும் இடையே மிக அதிக எண்ணிக்கையிலான வணிக இடைத்தரர்கள் இருந்து கொண்டு, கணிசமான தொகையினை இலாபமாகச் சருட்டிக் கொள்கின்றார்கள்.

இவ்வாறு பல்வேறு குறைபாடுகளினால் விவசாயிகளுக்குப் போய்ச் சேரும் தொகை குறைவாகவே உள்ளது. இதைப் போக்கும் நோக்கத்துடன் பின்வரும் தீர்வுகள் பரிந்துரைக்கப்படுகின்றன.

6. தீர்வுகள்

1. ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்களின் வசதிகளையும் எண்ணிக்கையையும் அதிகப்படுத்துதல்.

2. இரயில் கட்டணங்களைக் குறைப்பதுடன் வேளாண் பொருட்களின் போக்குவரத்துக்காக இரயில் நிலையங்களில் வசதிகளை அதிகப்படுத்துதல்.

3. அங்காடி நிலைமைகளை எல்லா விவசாயிகளும் தெரிந்து கொள்ளுமாறு வசதிகளை அதிகப்படுத்துதல்.

4. கிராம - நகர்ப்புற சாலை வசதிகளை மேம்படுத்துதல்.
5. எடைபோடும் கருவி மற்றும் பிற அளவைகளின் தரம் குறையாமல் பார்த்துக் கொள்ளப்பட வேண்டும்.
6. எல்லா நிலைகளிலும் செய்யப்படும் கலப்படங்களை முழுவதும் ஒழித்துக் கட்ட வேண்டும்.
7. கூட்டுறவு அங்காடிகளை அதிகப்படுத்துதல்.
8. அங்காடி நிலவரங்களை நன்கு தெரிந்து கொண்ட நிபுணர்களை வேளாண்மைத் துறையில் நியமிக்க வேண்டும்.
9. சேமிப்பு வசதிகளை அதிகப்படுத்த வேண்டும்.
10. விவசாயிகளுக்குக் குறைந்த வட்டியில் எளிதாகக் கடன் கொடுக்கப்பட வேண்டும்.
11. நுகர்வோர்களுக்குத் தேவையான அளவுகளிலும், பதப்படுத்தியும், சிறுசிறு பொட்டலங்களாக கட்டி அதன்பின் விற்பனை செய்ய தனிப்பட்ட விவசாயிகளும் வேளாண் கூட்டுறவு சங்கங்களும் முன்வர வேண்டும்.
12. முக்கியமாக விளை பொருட்களுக்குக் கட்டுபடியாகும் விலை அளிக்கப்பட வேண்டும். விவசாயிகளின் உழைப்பிற்கேற்பவும் அவர்களின் முதலீடுகளுக்கு நியாயமான வருவாய் கிடைக்கும் வகையிலும் விளை பொருள்களின் விலை நிர்ணயிக்கப்பட வேண்டும்.

சமீப கால நடவடிக்கை : மத்திய வேளாண் அமைச்சகம் நியமித்த பல அமைச்சகங்களைக் கொண்ட உயர்மட்டக் குழு ஒன்று வேளாண் அங்காடிப் படுத்தும் முறைகளை மேம்படுத்துவதற்கான வழிமுறைகளை காண அமைக்கப்பட்டது. அது 2002 சூனில் சமர்ப்பித்த அறிக்கையின் முக்கிய பரிந்துரைகளாவன:-

ஒப்பந்த முறைபடி வேளாண்மைச் செய்தல் (Contract Farming), நேரடி விற்பனை, தனியார் மற்றும் கூட்டுறவுத் துறையில் இன்னும் அதிக அளவில் வேளாண் அங்காடி அமைப்புகளை ஏற்படுத்துதல், அடமான நிதி வசதியை அதிகப்படுத்துதல், முன்பே வணிகத்தை (Futures Trading) அனைத்து வேளாண் பொருள்களுக்கும் - ஒழுங்குபடுத்துதல், விரிவுபடுத்துதல், விவசாயிகளைச் சென்றடையும் வண்ணம் வேளாண் அங்காடி பற்றிய செய்திகள் தகவல் தொழில் நுட்பத்தை மேம்படுத்துதல் போன்றவைகளாகும்.

2002 செப்டம்பரில் நடைபெற்ற தேசிய மாநாடு அனைத்து மாநிலங்களையும் மேற்காணும் பரிந்துரைகளை செயற்படுத்துமாறு கேட்டுக் கொண்டுள்ளது. தேவையானால் உரிய சட்டத் திருத்தங்களையும் இயற்றச் சொல்லியுள்ளது. வேளாண்மை மாநில அதிகாரங்களுக்குட்பட்டதாகும். இப்பரிந்துரைகளை விரைவாக செயற்படுத்துவதை கண்காணிக்க மத்திய வேளாண் அமைச்சரின் தலைமையில் மாநில வேளாண் அமைச்சர்களை கொண்ட குழு ஒன்றும் அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

7. நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி

வேளாண் விளைபொருள்களை அங்காடிப்படுத்தும் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை நாம் தெரிந்து கொள்ளலாம். இந்திய உணவுக் கழகம் (FCI), இந்திய பருத்திக் கழகம் (CCI), இந்திய சணல் கழகம் (JCI), தேயிலை, காப்பி, மணப்பொருள்கள் போன்றவைகளுக்கான தனித்தனி கழகங்கள், வேளாண்மைச் செலவு மற்றும் விலைக்குழு (CACF), வேளாண் கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கம், ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடம் போன்ற நிறுவனங்கள் வேளாண் பொருட்களை அங்காடிப்படுத்துகின்றன. இங்கு ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடம், வேளாண் கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கம் ஆகியவைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ளலாம்.

(i) ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்கள் (Regulated Markets)

விவசாயிகளுக்கு விளைபொருட்களை அங்காடிப்படுத்துதலில் உள்ள பெரும்பான்மையான சிக்கல்களைப் போக்கும் வகையில் ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்கள் செயல்படுகின்றன.

விவசாயிகள் தங்களது விளைபொருட்களை ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடத்தில் கொண்டு வந்து வைத்தவுடன் அவைகளுக்கு ஒரு எண் ஒதுக்கப்பட்டுச் சரியாக எடை போடப்படுகின்றது. விற்பனைக் கூடத்தின் அனுமதிப் பெற்ற வணிகர்கள் ஒவ்வொருவராக வந்து எண் வாரியாக தாங்கள் தரத் தயாராக இருக்கும் விலையைக் குறித்த சீட்டினை விற்பனைக் கூடத்தின் மேலதிகாரியிடம் தருவர். இவ்வாறு எல்லா வணிகர்களும் சீட்டினை ஒப்படைத்த பின், மேலதிகாரி எண் வாரியாக ஒவ்வொரு விவசாயின் விளை பொருட்களுக்கு யார் அதிக விலை தரத்தயாராக இருக்கின்றாரோ அவ்விலை விவசாயிகளுக்கு அறிவிக்கப்படும். அவ்விலைக்கு அவர் விற்கத் தயாராக இருந்தால், உடனடியாக அவருக்கு உரிய பணம் தரப்படும். அதற்கு மாறாக இந்த விலை கட்டுப்படியாகாதென விவசாயி நினைத்தால் தனது விளை பொருட்களைத் திரும்பவும் அவர் வீட்டிற்கு கொண்டு செல்லலாம் அல்லது நல்ல விலை வரும் வரையில் ஒழுங்கு முறை விற்பனைக் கூடத்தின் கிடங்குகளில் மிகக் குறைந்த வாடகையில் சேமித்து வைத்திருக்கலாம். இவ்வாறு மறைமுக ஏல முறைப்படி போட்டி விலையில் விற்க விவசாயிகளுக்கு நல்ல வாய்ப்பிருக்கின்றது.

நன்மைகள்

ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்களின் நன்மைகளை நாம் தொகுத்துக் கூறலாம். அவையாவன:-

1. விளை பொருட்களை வாங்கும் வணிகர்களுக்கிடையே போட்டியை உருவாக்கியுள்ளது.
2. தனியார் மண்டிகளில் நிலவும் பல தில்லுமுல்லுகள் குறைந்துள்ளன.

3. அங்காடிக் கூட்டணம் மிகமிகக் குறைவு. அவைகளின் விகிதங்களும் முன்பே அறிவிக்கப்படுகின்றன.

4. தரமான, சரியான அளவைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

5. மாதிரி எடுத்தல் என்ற கொள்ளைக்கு இடமில்லை.

6. விளைப்பொருட்களுக்கான பணம் அன்றைய தினமே தரப்படுகின்றது.

7. பொருட்களின் வரத்து, இரும்பு மற்றும் விலை பற்றிய சரியான விவரங்களும் தரப்படுகின்றன. பிற வெளியூர் அங்காடிகளின் நிலவரம் பற்றியும் தெரிவிக்கப்படுகின்றது.

8. விவசாயிகளின் கால்நடைகளுக்கு குடிநீர் வசதி, வண்டிகளை நிறுத்தப் போதிய இட வசதி ஆகியவையும் செய்து தரப்படுகின்றன.

9. வேளாண்மை உற்பத்தியை எவ்வாறு அதிகரிப்பதெனவும் ஆலோசனை வழங்கப்படுகின்றது.

10. வாங்குவோருக்கும் விற்போருக்கும் இடையே ஏற்படும் பிணக்குகளைச் சுமுகமாக தீர்த்து வைக்கின்றது.

11. ஏல முறையில் அங்காடிப் படுத்துதல், உடனடியாக பணம் தரப்படுதல், அங்காடி நிலவரம் பற்றிய செய்தி உடனுக்குடன் தருதல் போன்றவைகளால் விவசாயிகளுக்கு தன்னம்பிக்கை ஏற்பட்டு இங்கு அங்காடிப் படுத்துதலின் அளவும் அதிகரித்துள்ளது.

12. வாங்குவோருக்கும் தரமான விளைப் பொருட்கள் மலிவான விலையில் கிடைக்கின்றது.

13. சில பகுதிகளில் விளைபொருட்களில் சுமார் 90 விழுக்காடு வரை அங்காடிப்படுத்துதலுக்கு ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்களுக்கு வருகின்றதென்ற உண்மையே இதன் வெற்றியை எடுத்தியம்புகின்றது.

வளர்ச்சி

பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் இறுதியிலேயே ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்கள் தொடங்கப்பட்டன. 1950-51ல் செயல்பட்ட 283 ஒழுங்குமுறை விற்பனைக் கூடங்களின் எண்ணிக்கை 55-55ல் 450, 60-61ல் 700, 80-81ல் 4,146 என்றும் 91 மார்ச் இறுதியில் 6,640, மார்ச் 95 இறுதியில் 6,836 என்றும் வளர்ந்துள்ளன. இவைகள் தற்போது 151 வகையான வேளாண் பொருட்களை அங்காடிப்படுத்துகின்றன.

கேரளம், நாகாலாந்து, சிக்கிம் மற்றும் ஜம்மு-காஷ்மீர் ஆகிய மாநிலங்களில் இவ் விற்பனைக்கூடங்கள் செயல்படுத்துவதற்கான சட்டங்கள் இயற்றப்படவில்லை. பஞ்சாப், அரியானா போன்ற மாநிலங்களில் இவைகள் நல்ல வெற்றியடைந்துள்ளன.

மத்திய வேளாண் அமைச்சகத்தின் கீழ் இயங்கும் அங்காடி மற்றும் கண்காணிப்பு இயக்ககம் (Directorate of Marketing and Inspection - DMI) 1998 டிசம்பர் முதல்

மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு வேளாண் அங்காடிப் படுத்துதல் பற்றி பல்வேறு அறிவுரை வழங்குகின்றது. அதில் உள்ள உயர் அலுவலர்களுக்குப் பயிற்சியும் அளிக்கின்றது. இதன் தலைமையகம் - பாரிதாபாத், மண்டல அலுவலகம் சென்னை.

(ii) கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கங்கள் (Co-operative Sale Societies) : ஒரு பகுதியிலுள்ள மக்கள் தங்கள் விளை பொருட்களை அங்காடிப் படுத்துதலுக்கான, கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கங்களை ஆரம்பித்து நடத்தலாம். இதற்கு அரசு எல்லா ஆதரவுகளையும் நல்குகின்றது. சங்கத்தின் நிர்வாகச் செலவுகளை ஓரளவிற்கு சரிகட்டுவதற்காக குறைந்த கமிஷன் பெற்றுக் கொண்டு விவசாயிகளின் நலமே முக்கியமென்று செயற்படுகின்றன.

ஆ. நோக்கங்கள்

உணவு மற்றும் வேளாண் அமைப்பு¹ கூறியவாறு பின்வரும் 8 நோக்கங்கள் கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கங்களுக்கு உண்டு.

1. எங்கு மற்றும் எந்த நிலையில் அங்காடிப்படுத்தினால் நல்ல விலை கிடைக்குமோ அங்கு உறுப்பினர்களின் விளைபொருட்களை அங்காடிப்படுத்துவது.
2. அதிகம் தேவைப்படக்கூடிய பொருட்களை நன்முறையில் உற்பத்தி செய்ய உறுப்பினர்களுக்கு உதவுவது.
3. தரமான, சரியான எடைக் கருவிகளைப் பயன்படுத்துவது
4. விவசாயிகளுக்கு அதிக நன்மை பயக்கும் விதமாக விளை பொருட்களைத் தர வாரியாக பிரித்து எல்லா வகைகளையும் நல்ல விலையில் அங்காடிப்படுத்துவது.
5. சேதாரமோ, வீணாதலோ ஏற்படாத வண்ணம் விளைபொருட்களைக் கையாளுதல்.
6. முற்றரிமைகளை உடைத்தெறிந்து நியாயமான அங்காடி நடவடிக்கைகளுக்கு வழிவகுத்தல்.
7. அறுவடைக்கு முன்பே உறுப்பினர்களுக்கு குறைந்த வட்டியில் நிதியுதவி அளித்தல்.
8. விற்பனையின் எல்லா நிலைகளையும் விவசாயி புரிந்துகொள்ள உதவுதல்.

ஆ. பணிகள் (Functions)

1. விற்பனை:- உறுப்பினர்களுக்கு அதிக விலை கிடைக்கும் வகையில் விளை பொருட்களை உறுப்பினர்களிடமிருந்து சேமித்து அதிக அளவில் அங்காடிப் படுத்துகின்றன. இதனால் விற்பனைச் செலவும் குறைகின்றது.

2. உரங்கள் விநியோகம்:- விவசாயிகளுக்கு வேதியியல் உரங்களைக் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள் விற்பனை செய்கின்றன. தமிழகம் உட்பட பல மாநிலங்களில் இப்பணி போற்றத்தக்க அளவில் நடைபெறுகின்றது.

3. பொறுக்கு விதை, கருவிகள் விநியோகம்:- ஒட்டு / வீரிய விதைகள், கருவிகள் மற்றும் விவசாயிகளுக்குத் தேவையான பிற பொருட்களையும் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நேடியாக வாங்கி குறைந்த விலையில் விவசாயிகளுக்கு விற்கின்றன.

4. தரம் பிரித்தல்:- அங்காடிப் படுத்துதலுக்காக வரும் பொருட்களை அதிக அளவில் சேர்ந்த பின் அவைகளை தரவாரியாக பிரித்துப் பின் நல்ல விலைக்கு அங்காடிப்படுத்துகின்றது.

5. பதப்படுத்துதல் : (Processing):- நெல்லலை அரிசியாக்குதல், நிலக் கடலையை உடைத்தல், பருத்தி விதை நீக்கம், காப்பி மற்றும் ஏலக்காய்களை பதப்படுத்துதல் போன்ற பணிகளையும் இச்சங்கங்கள் மேற்கொள்கின்றன.

6. கிடங்கு வசதி (Storage Facilities):- பல சங்கங்கள் விளை பொருட்களைச் சேமித்து வைக்கக் கொள்கலன்களையும் கிடங்குகளையும் உறுப்பினர்களே அமைத்து கொள்ள கடனுதவி செய்கின்றன. பல சங்கங்கள் தாங்களே இவ் வசதிகளைச் செய்து உறுப்பினர்களுக்குக் குறைந்த வாடகைக்கு விடுகின்றது. இவ்வாறே அழுகும் பொருட்களைச் சேமிப்பதற்குக் குளிர்சாதன வசதி கொண்ட அறைகளையும் அமைந்துள்ளது. இதனால் கொள்கலன் வசதியில்லாததால் அறுவடையானவுடன் குறைந்த விலைக்கு விற்பது தவிர்க்கப்படுகிறது.

7. கடனுதவி:- விலை குறைவாக இருந்தால் விளை பொருட்களைக் கூட்டுறவு விற்பனைச் சங்கத்தில் அடமானம் வைத்து அதன் மதிப்பில் 75 விழுக்காடு வரை முன்பணமாக உறுப்பினர்கள் பெறலாம். நல்ல விலை வரும் பொழுது வற்று விட்டு இக்கடனை அடைக்கலாம். விளைபொருட்களை இச்சங்கங்கள் மூலமாக விற்கலாம் என்ற உறுதியின் பேரிலும் உறுப்பினர்களுக்கு கடனுதவி அளிக்கின்றது. இவ்வாறு கடனுதவியையும் அங்காடிப் படுத்துதலையும் பிணைக்கின்றது.

8. கருவிகள் செய்தல்:- பல சங்கங்கள் விவசாயிகளுக்குத் தேவைப்படும் விவசாயக் கருவிகளை உற்பத்தி செய்து, குறைந்த விலைக்கு விற்கின்றன.

9. வெளிநாட்டு வாணிபம் :- பல சங்கங்கள் பிற மாநிலங்களிலும் பொருட்களை விற்கின்றன. இச்சங்கங்களுக்கு தேசிய அளவில் தலைமைச் சங்கமாக விளங்கும் தேசிய வேளாண்மைக் கூட்டுறவு விற்பனை இணையகம் (National Agricultural Co-operative Federation - NAFED) மூலமாக நிலக்கடலை, மிளகாய், பூண்டு, இஞ்சி போன்ற பொருட்களை அமெரிக்கா, இரஷ்யா, குவைத் உட்பட பல்வேறு அபுநாடுகளுக்கும் ஏற்றுமதி செய்கின்றன.

வே. கலியமூர்த்தி

10. இடைத்தரகர்களை ஒழித்தல்:- இச்சங்கங்களினால் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் நுகர்ச்சியாளர்களுக்கும் நேரடித்தொடர்பு ஏற்படுத்தப்பட்டு பெரும்பான்மையான இடைத்தரகர்கள் ஒழிக்கப்பட்டுவிட்டனர்.

11. நியாயமான அங்காடி நடவடிக்கை:- இச்சங்கங்கள் நியாயமான அங்காடி நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டதால் தனியார் அங்காடிகளில் தவறான எடைகளைப் பயன்படுத்துதல் போன்ற தவறுகள் பெரிதும் குறைந்துள்ளன.

12. அங்காடிச் செய்திகளை அறிவித்தல்:- உள்ளூர் மற்றும் வெளியூர் அங்காடிகளில் ஒவ்வொரு பொருளின் வரத்து அளவு, விற்பனை அளவு, விலை ஆகிய அங்காடிச் செய்திகளை விவசாயிகளுக்கு அறிவிக்கின்றது.

13. கல்வி:- பல்வேறு வாணிப முறைமைகளை விவசாயிகளுக்கு கற்பிக்கின்றது. சில சங்கங்கள் அங்காடிச் செய்திகளை சிறுசிறு புத்தகங்களாக வெளியிடுகின்றன.

14. விலையை நிலைப்படுத்துதல்:- இச்சங்கங்கள் அங்காடித் தேவைக்கேற்ப அளிப்பைச் சரிக்கட்டுவதால் குறுகியகால விலை ஏற்றத்தாழ்வுகளை ஓரளவிற்கு நீக்கி, விலையை ஆண்டு முழுவதும் நிலைப்படுத்துகின்றன.

இ. வளர்ச்சி

நாட்டில் ஏற்படுத்தப்பட்ட முதலாவது சங்கம் 1913ல் கும்பகோணம் வேளாண் சங்கம் என்பதில் நாம் பெருமைப்படலாம். அய்ந்தாண்டுத் திட்ட காலங்களில் கூட்டுறவு வேளாண் விற்பனைச் சங்கங்கள் நன்கு வளர்ச்சி அடைந்தன. இந்தியாவிலுள்ள இவ்வகை அனைத்துச் சங்கங்களும் 1950-51ல் ரூ.47 கோடிக்கு விற்பனை செய்தது 1962-63ல் ரூ.160 கோடியாகவும், 1980-81ல் ரூ.1,950 கோடி, 92-93ல் ரூ.6,800 கோடியாகவும் உயர்ந்தன. தேசிய வேளாண்மைக் கூட்டுறவு விற்பனை இணையகம் (NAFED) 1958 - 59ல் நிறுவப்பட்டது. 92-93ல் இதன் விற்பனை முதல் ரூ.442 கோடி, அயல்நாட்டு வாணிபம் ரூ.202 கோடி, நிகர இலாபம் ரூ.10.68 கோடி என்றும் இருந்தது.

8. ஒப்பந்த பண்ணை / ஒப்பந்த அங்காடி (Contract Farming / Contract Marketing)

விவசாயிகளுக்கும் வேளாண் பொருட்களை பதப்படுத்தும் / விற்பனை செய்யும் நிறுவனங்களுக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட எதிர் காலத்தில், என்னென்ன பொருட்களை, எந்த அளவிற்கு, என்ன விலையில் வாங்கிக் கொள்கின்றோம் என முன் கூட்டியே ஒப்பந்தம் செய்து கொள்வதைத்தான் ஒப்பந்த வணிகம் என்கின்றோம். ஒப்பந்த பண்ணை (பயிரிடுதல்) என்பதில் சில வணிக நிறுவனங்கள் விவசாயிகளுக்கு வேண்டிய இடமானப் பொருள்களையும் சாகுபடி செலவுக்கு பணமாகவும் கொடுக்க முன் வருவதுடன் குறிப்பிட்ட பூச்சிக் கொல்லிகளைக் கொல்லி மருந்துகளை நிறுவனம் பரிந்துரைக்கும் அளவிற்குத்தான் பயன்படுத்த வேண்டும் என்றும் ஒப்பந்தத்தில் கூடுதலாக சேர்த்து விடும். இதனால் ஏற்றுமதி செய்யும் பொருள்களில் குறிப்பிட்ட அளவிற்குமேல் வேதியியல் பொருட்களின் அளவு போகாமல் இருப்பதால்,

எளிதில் ஏற்றுமதி செய்து விடலாம். பின்வரும் இடமான்ப் பொருள்களை நிறுவனமே அளிக்க முன்வரலாம்.

- நிறுவனம் விரும்பும் விதைகள்
- பயிரிட சில வழிகாட்டு நெறிகள்
- வேதியியல் உரம் / பூச்சிக் கொல்லி முதலியன.
- தேவையானால் முன் பணம்

பொதுவாக பயிரிட ஆரம்பிக்கும் முன்னரே இந்த ஒப்பந்தங்கள் செய்து கொள்ளப்படுகின்றன, சில சமயம் பயிரிட ஆரம்பித்த பின்னரும் பயிர் நிலத்தில் வளரும் போது, அறுவடை ஆகும் போது, விற்பனைக்கு அனுப்பும் போது என்றும் ஒப்பந்தங்கள் செய்து கொள்ளப்படும்.

நன்மைகள்

ஒப்பந்த அங்காடி விவசாயிகளுக்குப் பின்வரும் நன்மைகளை அளிக்கலாம்.

அறுவடையான பின் விலை நிலை எப்படியிருக்குமோ என்ற கவலை விவசாயிகளுக்கு இல்லை. மேலும் தரமான பொருளை உற்பத்தி செய்ய வேண்டுமென்ற ஆர்வமும் கட்டாயமும் உருவாகின்றது. இடமான்ப் பொருட்களை நிறுவனமே உரிய நேரத்திலும் போதிய அளவிலும் அளித்து விடுகின்றது. அறுவடையானவுடன் விற்பனை செய்ய வேண்டுமெயென்ற கவலையில்லை. அறுவடையான பொருள்களையும் இடமான்ப் பொருள்களையும் நிறுவனத்தின் மோட்டார் வாகனத்திலேயே எடுத்துச் செல்லப்படுவதால் போக்குவரத்து வாகனங்களுக்கு யாது செய்வதென்ற கவலையும் விவசாயிகளுக்கு இல்லை. என்ன உரம், பூச்சி மருந்துகள் பயன்படுத்த வேண்டுமென்ற ஆலோசனையையும் நிறுவனமே அளிக்கின்றது.

அரசின் உதவி : இந்திய அரசின் உணவு பதப்படுத்தும் தொழில் அமைச்சகம் (Grant under Backward Linkages என்ற) ஒரு திட்டத்தின் மூலம், விவசாயிகளிடமிருந்து வாங்கப்படும் விளைபொருள்களின் மதிப்பில் 10% மானியமாக, உணவு பதப்படுத்தும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளிக்கப்படும். 3 ஆண்டுகள் வரை அளிக்கப்படும் இந்த மானியத்தைப் பெற பின்வரும் நெறிமுறைகளையும் வகுத்துள்ளது.

(i) உணவு பதப்படுத்தும் நிறுவனங்கள் விவசாயிகளுக்கு நியாயமான விலையில் விதைகள், பூச்சிக்கொல்லி மருந்துகள், உரங்கள், பயிரிட ஆலோசனைகள் போன்றவைகளை வழங்க வேண்டும்.

(ii) குறைந்த பட்சம் 25 விவசாயிகளுடனாவது ஒப்பந்தம் செய்து கொள்ள வேண்டும்.

(iii) ஒப்பந்தம் செயலாகும் ஒரு மாதத்திற்கு முன்பே மத்திய அமைச்சகத்திற்கும், அதற்காக நியமிக்கப்பட்ட மாநில அமைப்புக்கும், ஒப்பந்தம் பற்றி நிறுவனம் தெரிவிக்க வேண்டும்.

(iv) இந்த மாநில அமைப்பு பரிந்துரைத்தால் தான் மத்திய அமைச்சகம் மானியத் தொகையை அளிக்கும்.

ஒப்பந்தம் செய்து கொள்ளும் வணிக நிறுவனத்திற்கு பின்வரும் நன்மைகள் கிடைக்கும்:- தரமான வேளாண் பொருள், போதிய அளவிலும் குறைந்த விலையிலும் கிடைக்கின்றது. வேளாண்மையில் நிறுவனமே நேரிடையாக முதலீடு செய்ய வாய்ப்பேற்படுகின்றது. ஏற்றுமதியாகும் பொருட்களில் தேவையில்லாத வேதியியல் பொருட்கள் கலக்காமல் பார்த்துக் கொள்ளப்படுகின்றது. நிறுவனம் மேலும் வளர்வும் அதிக வாடிக்கையாளர்களை பெறவும் வாய்ப்பேற்படுகின்றது.

தீமைகள் / வரையறைகள்

(i) பணப்பயிர்களில்தான் பெரும்பாலும் ஒப்பந்த வணிகம் நடைபெறுகின்றது. இதனால் நாளடைவில் உணவு தானியங்கள் போதிய அளவிற்குக் கிடைக்காமல் போகலாம்.

(ii) நிறுவனம் விரும்பும் உரங்கள், விதைகள், பூச்சிக் கொல்லி மருந்துகள் தான் பயன்படுத்தப்படும். இதனால் முன்பிருந்த சில தாவரங்கள் மறைந்தே போகலாம்; சுற்றுச்சூழல் பாதிக்கப்படலாம்; நிலத்தின் இயற்கைத் தன்மையும் பாதிக்கப்படலாம்.

(iii) அதிக விலையுள்ள, ஏற்றுமதியாகும் பயிர்கள் பயிர் செய்யப்படும் சூழ்நிலை உருவாகும். இதனால் குறைந்த விலையில், அதிகச் சத்துள்ள உணவு தானியங்கள் ஏழை மக்களுக்கு கிடைக்காமல் போகலாம். ஏற்றுமதியாகும் பொருள்களையே உற்பத்தி செய்தால், உள் நாட்டில் தேவைப்படும் தானியங்களுக்கு எங்கே போவது?

(iv) நமது விவசாயிகள் கடின உழைப்பாளிகள். ஆனால் அதிகம் படிக்காத, ஏழை விவசாயிகள். இவர்களை எளிதாக வணிக நிறுவனங்கள் ஏமாற்றி, சுரண்ட முற்படலாம். குறைந்த விலை, காலந்தாழ்த்தி பணம் தருதல், பணமே கொடுக்காமல் ஏமாற்றி விடுதல், இடுமானப் பொருள்களுக்கு அதிக விலை வசூலித்தல் போன்றவைகளைச் செய்யும் வணிக நிறுவனங்களை யார் கட்டுப்படுத்துவது?

தற்போதைய நிலை : மேற்கூறிய சில குறைபாடுகளுக்கிடையே தற்போது இந்தியாவில் ஒப்பந்த வேளாண்மை வேகமாக பரவி வருகின்றது. கோயம்புத்தூர், நாமக்கல் பகுதி கோழி பண்ணையாளர்களுக்கும் இறைச்சி வணிகம் செய்யும் நிறுவனங்களுக்குமிடையே ஒப்பந்தங்கள் கையெழுத்தாகியுள்ளன. அவ்வாறே அய். டி. சி. விம்போ, ஜே. கே. காகித நிறுவனங்களுக்கும் (ITC, WIMCO, JK Papers) ஆந்திரம், ஒரிசா, பஞ்சாப், உத்திரப் பிரதேசம் ஆகிய மாநிலங்களில் விவசாயிகளுக்கும் காகிதம் தயாரிக்கத் தேவையான மரங்களை வளர்க்க ஒப்பந்தம் செய்து கொள்ளப்பட்டுள்ளன. சாயப் பொருள்களுக்கான தாவரங்களை வளர்க்கும் விவசாயிகளுக்கும் கோயம்புத்தூர் பகுதியில் சாயம் தயாரிக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் ஒப்பந்தமாகியுள்ளன. மராட்டியம், குஜராத் கறவை மாடுகள் வளர்க்கும் சிறு விவசாயிகளுக்கும் பூனாவில் உள்ள ஒரு நிறுவனத்திற்கும் பால் வாங்க ஒப்பந்தமாகியுள்ளது. பஞ்சாப், இராஜஸ்தான் மாநிலத்தில் விவசாயிகளிடமிருந்து தக்காளிகளை வாங்கிக் கொள்ள பெச்சி நிறுவனம் ஒப்பந்தம் போட்டுள்ளது. அதே

போல் பார்லி, வாழை, மிளகாய், பூண்டு, வெங்காயம், உருளைக்கிழங்கு பயிர் செய்யும் விவசாயிகளுடனும் சில நிறுவனங்கள் ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டுள்ளன.

9. மாற்றுவழி அங்காடி முறைமை (Alternative Marketing System)

தற்போதுள்ள விற்பனை முறைக்குப் பதிலாக மாற்றுவழி அங்காடி முறைமை என்பது சமீப ஆண்டுகளில் தோன்றியுள்ளன. இதில் பின்வரும் 4 முறைகள் உள்ளன:-

i) **உற்பத்தியாளர்களின் நேரடி விற்பனை (Direct Marketing by Producers):** வேளாண் உற்பத்தியாளர்கள் நேரடியாக நுகர்வோர், பதப்படுத்துவோர், பெரிய அளவில் வாங்குவோர் ஆகியோர்களிடம் விற்பதாகும். இதனால் வழக்கமாக கொடுக்கப்படும் கமிஷன், பிற விற்பனைச் செலவு போன்றவை குறைகின்றது. மேலும் விலையில் பெரும்பகுதி உற்பத்தியாளருக்குப் போய்ச் சேருவதுடன் நுகர்வோர் கொடுக்கும் விலையும் குறைவாக இருக்கும். நகரைச் சுற்றியுள்ள விவசாயிகளிடம் தற்போது இது புகழ்பெற்று வருகின்றது. இந்த முறையில் தமிழ்நாட்டில் 1998-99 முதல் உழவர் சந்தை, ஆந்திராவில் இரயத்து பஜார், வட மாநிலங்களில் அப்னிமண்டி (Apni Mandi) என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது. அரசு இந்த சந்தைக்கு வேண்டிய இடம், கட்டடம், எடைக் கருவிகள் போன்றவற்றை இலவசமாக விவசாயிகளுக்கு அளிக்கின்றது. விவசாயிகள் தங்கள் நிலத்தில் விளைந்த காய்கறிகள், பழங்கள் போன்றவற்றை உழவர் சந்தைக்குக் கொண்டு வந்து, அவர்களே நேரடியாக பொது மக்களிடம் விற்கின்றார்கள். நுகர்வோர்களிடமும் விவசாய உற்பத்தியாளர்களிடமும் நல்ல வரவேற்பை பெற்று வருகின்றது.

(ii) **விவசாயிகள் குழு மூலம் விற்பனை :** போக்குவரத்து வாகனம், குளிர்நட்டப்பட்ட இடம், தரம் பிரித்தல், தொலை தூரங்களிலும் விற்பனை மேற்கொள்ளுதல் போன்ற நேரங்களில் தனியொரு விவசாயி விற்பனை செய்வது கடினம். எனவே பல விவசாயிகள் ஒன்று சேர்ந்து குழு அமைத்து விற்பனை செய்கின்றார்கள். சில இடங்களில் சுய உதவிக் குழுக்களும் (SHGs) விற்பனையை மேற்கொள்கின்றன. தாய்லாந்து, மலேசியா, பிலிப்பைன்ஸ் போன்ற நாடுகளில் விவசாயிகள் குழு விற்பனை வெற்றியடைந்ததைப் பார்த்து, நம் நாட்டிலும் தொடங்கப்பட்டுள்ளது. இதற்கான கடன் தேவைக்கும் வங்கிகள் எளிதாகக் கடன் தருகின்றன.

(iii) **ஊரக இளைஞர்கள் மூலம் விற்பனை :** ஊரகங்களில் உள்ள படித்த வேலையற்ற இளைஞர்கள் மற்றும் அங்காடி இயலில் பயிற்சி பெற்ற இளைஞர்கள் அருகிலிலுள்ள நகரங்களுக்குச் சென்று நேரடியாக நுகர்வோர், உணவு விடுதிகள், பதப்படுத்துவோர் போன்றவர்களிடம் கொள்முதல் ஆணையைப் பெற்று, ஊருக்குத் திரும்பி விவசாய உற்பத்தியாளர்களிடம் பொருட்களைப் பெற்று, நகரங்களில் விற்கும் முறையும் தற்போது சில இடங்களில் நடைபெறுகின்றது. நுகர்வோர் விருப்பத்திற்கேற்ப விளை பொருட்களை ஊரகங்களிலேயே தரம் பிரித்து, பதப்படுத்தி, சிறுசிறு கட்டுகளாக கட்டப்படும் விற்பனை செய்யப்படுகின்றது.