

कृषि उपज मण्डियों में उपज का प्रमापीकरण व वर्गीकरण

डॉ. माया अग्रवाल
अतिथि विद्वान-वाणिज्य
मन्दसौर (म.प्र.)

प्रमापीकरण का आशय –

उत्पादन व विपणन में मितव्ययता व सरलता के लिये यह आवश्यक है कि वस्तुओं को ऐसे पृथक-पृथक समूहों में विभाजित किया जायें जिनमें प्रत्येक वस्तुओं के लक्षण एवं गुणधर्म समान हो। ऐसा करने से सम्पूर्ण विपणन प्रक्रिया आसान व सुविधाजनक हो जाती है। प्रमाप में वस्तुओं की एकरूपता का आभास होता है। प्रमापीकरण के अंतर्गत वस्तु का आकार-प्रकार, रंग, नापतौल आदि का निर्धारण हो जाता है। इस तरह किसी वस्तु के प्रमाप का निश्चय किया जाना प्रमापीकरण कहलाता है।

प्रो. कन्वर्स ह्यूजी एवं मिचल के अनुसार –

“प्रमाप किसी वस्तु की गुण इकाइयों का माप और उनका नामकरण है।”¹

किम्बाल एवं किम्बाल के अनुसार –

“प्रमापीकरण उत्पादन की किसी एक शाखा को सुनिश्चित आकारों, किस्मों तथा विशेषताओं में सीमित करने को कहते हैं।”²

इन विचारों के आधार पर प्रमाप से अभिप्राय वस्तु के एक विशेष प्रकार के गुण होने से है, यह एक आदर्श नमूना प्रस्तुत करती है। प्रमाप यह बताता है कि अमुक वस्तु कुछ अमुक गुण रखती है। प्रमापीकरण एक सामान्य शब्द है जिसमें निर्मित वस्तुओं के मापदण्ड स्थापित किये जाते हैं, उन वस्तुओं की जाँच की जाती है, ताकि यह देखा जा सके कि वह मापदण्ड के अनुरूप है, और जहाँ आवश्यक हो उन वस्तुओं को निर्धारित मापदण्ड के आधार पर अलग-अलग ढेरों में छाँटा जाता है।

वर्गीकरण का आशय –

वर्गीकरण के अंतर्गत उत्पादन को वास्तविक रूप में विभिन्न प्रमापों में विभाजित किया जाता है। वर्गीकरण प्रमाप या प्रमाप के समूहों का वह प्रयोग है जिसमें अश्रेणीबद्ध पदार्थों को ऐसे वर्ग में वर्गीकृत किया जाता है, जो किस्म, आकार, गुण आदि में समान हो।

प्रो. डडडी एवं रेवजान के अनुसार –

श्रेणीकरण प्रमाप या प्रमाप के समूहों का वह प्रयोग है जिसमें अश्रेणीबद्ध वस्तुओं को ऐसे थोकों में छाँटना है, जो किस्म, आकार व गुण आदि में समान हो।³

इस प्रकार प्रमाप के आधार पर वस्तुओं को विभिन्न श्रेणियों में बाँटना श्रेणीकरण कहलाता है।

कृषि उपज विपणन में प्रमापीकरण एवं वर्गीकरण की आवश्यकता –

कृषि क्षेत्र में उत्पादकों की संख्या अनगिनत होती है तथा भूमि की विविधता के कारण उपज की किस्म में भी भारी अंतर होता है, एक ही कृषि उपज की विविध किस्मों का प्रमाप निश्चित करना विपणन को व्यापक एवं विकसित बनाने के लिये आवश्यक होता है। यदि वस्तुओं के गुणों को आँकना आसान हो तो शीघ्र ही प्रमापीकरण एवं वर्गीकरण किया जा सकता है। इसके विपरीत स्थिति होने पर समय भी अधिक लगेगा एवं व्यय भी अधिक होगा। कृषि पदार्थों में प्रमापीकरण एवं वर्गीकरण करना एक कठिन प्रक्रिया है क्योंकि एक वर्गीकृत किस्म के माल में भी गुण का भारी अंतर हो सकता है।

कृषि क्षेत्र में उपजों के प्रमापीकरण एवं वर्गीकरण को ध्यान में रखते हुए केन्द्रीय सरकार द्वारा “कृषि विपणन वर्गीकरण एवं मार्का अधिनियम 1937” पारित किया गया। इसके अंतर्गत कुछ कृषि उपजों के प्रमाप निर्धारित किये गये तथा उनके वर्गीकरण के लिये इस तरह व्यवस्था की गयी कि प्रत्येक वर्ग पर लगे चिन्हों से उसे सरलता से पहचाना जा सकें।

इस अधिनियम के अनुसार कुछ चुनी हुई इकाईयों को निश्चित कृषि वस्तुओं को निर्धारित प्रमाप के अनुसार वर्गीकृत करने के लायसेंस देने की व्यवस्था की गयी है। इस व्यवस्था को कार्यरूप देने के लिए स्थान-स्थान पर केन्द्रों की स्थापना भी की गयी। अनेक वस्तुओं जैसे – घी, चावल, दाल, कपास, फल, तम्बाकू आदि 500 से भी अधिक केन्द्रों पर

वर्गीकृत की जाती है। इस वर्गीकरण योजना को “एग मार्क” योजना के नाम से जाना जाता है।

भारत सरकार ने 1947 में भारतीय प्रमाप संस्था की स्थापना की है जो कृषि उपजों के गुणों के अनुसार उनका स्तर निर्धारित करती है तथा उनका ग्रेडिंग करती है।

केन्द्र के साथ ही राज्यों ने भी इस ओर ध्यान देना आरंभ किया है। विपणन स्तर को उन्नत करने के उद्देश्य से भारत सरकार ने कृषि उत्पादन (वर्गीकरण और उत्पादन) अधिनियम 1935 पारित किया है जिसके अनुसार कृषि विपणन सलाहकार परिषद को अधिकार दिया गया है कि वह कृषि उत्पादनों की विभिन्न किस्मों और प्रकारों के प्रतिमान निर्धारित करे तथा सूचक वर्गानुकूल चिन्ह निश्चित करें।

कृषि उपज मण्डियों में उपज का प्रमापीकरण –

हमारे देश में स्वतंत्रोत्तर काल में कृषि उपज में प्रमापीकरण एवं वर्गीकरण के लिये सरकार ने सरकारी प्रयत्न किये हैं, किन्तु आवश्यकता को दृष्टि रखते हुए आज भी इस क्षेत्र में समुचित व्यवस्था नहीं हो सकती है। क्योंकि कृषकों की अज्ञानता एवं जागरूकता का अभाव है।

कुछ प्रमुख उपजों का प्रमापीकरण निम्न श्रेणी तथा वर्गों में किया जाता है –

क्र.	गुणदोष	प्रथम श्रेणी	द्वितीय श्रेणी	तृतीय श्रेणी
1	रंग एवं चमक	अच्छा चमकदार	कुछ भद्दा	भद्दा
2	दानों की समानता व आकार	सभीदाने बड़े एवं एक समान	कुछ दानों में असमानता	सभी दाने असमान
3	बदरंग व बैडोल	—	50%	50 से 75 %
4	कचरा	0 से 1 %	1 से 4 %	4 से 10 %

इस प्रकार मोटे दानों एवं चमकवाली फसलों को प्रथम श्रेणी में रखते हैं। कुछ दाने छोटे एवं कचरा हो तो ऐसी फसल को द्वितीय श्रेणी में रखी जाती है इसी प्रकार ऐसी

फसल जिसमें दानों पर सल पड़े हो, कुछ कच्ची हो या पानी की कमी के कारण पूर्णतः नहीं पकी हो तो उसको तृतीय श्रेणी में रखा जाता है।

कृषि उपज मण्डी समितियों द्वारा उपजों का वर्गीकरण इस प्रकार किया जाता है –

- गेहूँ का वर्गीकरण** – कृषि उपजम मण्डियों में गेहूँ का मूल्य उसकी किस्म के आधार पर तय होता है। बड़े दाने का साफ सुथरा और चमकीला गेहूँ अच्छे मूल्यों पर बेचा जाता है। गेहूँ में मौजूद कचरा, मिट्टी आदि का भी मूल्यों पर प्रभाव पड़ता है। व्यापारी गेहूँ की किस्म देखकर माल खरीदते हैं।
- कपास का वर्गीकरण** – रेशे के अनुसार कपास का वर्गीकरण तीन प्रकार से किया जाता है। लम्बे रेशे वाला, मध्यम रेशे वाला, छोटे रेशे वाला
- ज्वार का वर्गीकरण** – मण्डियों में ज्वार के 4 प्रमापी तरीके निर्धारित हैं – शंकर, सफेद, पीली व गज्जर व्यापारियों द्वारा इसका आंशिक वर्गीकरण किया जाता है। केवल अच्छे, मध्यम एवं हल्के इन तीन दृष्टिकोणों के आधार पर भावों में अंतर रखकर क्रय किया जाता है।
- मक्का का वर्गीकरण** – मण्डियों में पीली और सफेद मक्का के आधार पर वर्गीकरण किया जाता है। पीली मक्का का मूल्य सफेद मक्का की तुलना में अधिक रहता है।
- तेल बीजों का वर्गीकरण** – मण्डियों में मुख्यतः तेल, बीज, मूंगफली, तिल्ली, सरसो, अलसी, सोयाबीन इत्यादि को शामिल किया जाता है। तेल बीजों का भी प्राकृतिक रंग, रूप, आकार, गुण आदि के आधार पर वर्गीकरण किया जाता है।

कृषि उपज मण्डियों में उपज का वर्गीकरण

क्र.	उपज का प्रकार	वर्गीकरण
1	गेहूँ	मालवी, बोड़िया, पिस्सी, मैक्सिकन
2	कपास	जेरीला, बराड़ी या धमसी
3	डवार	शंकर, सफेद, पीली, गज्जर



4	मक्का	पीली, सफेद
5	मूंगफली	छोटी, बड़ी
6	सोयाबीन	काला, पीला
7	चना	काबली, शंकर, गुलाबी, काँटेवाला

मण्डियों में मुख्यतः कृषक माल लाता है किंतु वर्गीकरण का दायित्व व्यापारियों पर ही होता है। व्यापारी माल खरीद कर बोरियों में भरकर गोदामों में रख देता है जब माल बड़ी मात्रा में इकट्ठा हो जाता है तो व्यापारी उसे छानकर वर्गीकृत करके दूसरे व्यापारियों को सौदा कर देते हैं।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. Principal of Marketing –Tousely Clark – Clark
2. The Elements of Marketing – Converse Hegy & Michetl
3. बाजार व्यवस्था – शर्मा एवं जैन, साहित्य भवन आगरा
4. प्रिंसिपल ऑफ मार्केटिंग – डॉ. सी.बी. मामेरिया, साहित्य भवन आगरा