



## कृषी विपणनातील नवीन प्रवाह : इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी उत्पन्न बाजार

रूपाली सुरेश उंडे<sup>1</sup>, डॉ. वैद्य संजय गोविंदराव<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ph.D. संशोधक विद्यार्थी, मू.पो.बेलापुर, ता.श्रीरामपूर

<sup>2</sup>प्रोफेसर आणि अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख, रा.ब.ना.बोरावके महाविद्यालय, श्रीरामपूर

Corresponding Author: रूपाली सुरेश उंडे

DOI - 10.5281/zenodo.14875307

### गोष्टवारा: (Abstract)

भारत सरकारच्या कृषी आणि शेतकरी कल्याण मंत्रालयामार्फत उत्तम पीक-उत्तम इनाम, शेतमाल खरेदी विक्रीसाठी एक देश-एक बाजार या अनुषंगाने राष्ट्रीय पातळीवर इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी बाजार (ई-नाम) e-National Agriculture Market चे इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल १४ एप्रिल २०१६ रोजी भारताचे पंतप्रधान नरेंद्र मोदी यांच्या हस्ते सुरु करण्यात आले. शेतकऱ्यांना कृषीबाजार संबंधित योग्य माहिती वेळेवर उपलब्ध करून देवून त्यांच्या शेतमालास योग्य व किफायतशीर भाव मिळवून देणे यासाठी देशातील विविध राज्य व केंद्रशासित प्रदेशात कार्यरत असणाऱ्या कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांचे ई-नाम ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टल मार्फत एकत्रिकरण करून देश पातळीवर एक सामूहिक व्यापाक राष्ट्रीय कृषी बाजार तयार करणे हा ई-नामचा प्रमुख उद्देश राहिला आहे. देशात २०२१ पर्यंत १८ राज्य आणि ३ केंद्रशासित प्रदेशातील एक हजारहून अधिक कृषी उत्पन्न बाजार समित्या ई-नाम या ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टला जोडल्या गेल्या आहेत.

ई-नाम या ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टलद्वारे प्रत्यक्ष कृषी उत्पन्न बाजार समितीत न जाता शेतकरी व व्यापारी आपला शेतमाल देशातील कोठेही असणाऱ्या खरेदीदारांना डिजिटल पद्धतीने विक्री करू शकतात. तसेच शेतमालाची गुणवत्ता, आवक, भाव यांची माहिती योग्य वेळी मिळते. व्यवहारात पारदर्शकता असल्याने शेतकऱ्यास शेतमाल विपणनाचे निर्णय घेण्यास मदत होते. ई-नाम मुळे देशातील कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांमार्फत होणाऱ्या शेतमालाच्या विपणनात पारदर्शकता, कार्यक्षमता व स्पर्धात्मकता वाढविण्यासाठी मदत होते. परिणामी शेतमालास योग्य किफायतशीर भाव मिळून त्यांचे आर्थिक कल्याण होण्यास मदत होत आहे. या शोधनिबंधात कृषी विपणनातील नवीन प्रवाहाच्या अनुषंगाने ई-नाम पार्श्वभूमी, उद्दिष्टे, कार्यपद्धती, प्रगती व सद्यस्थिती, फायदे व ई-नामच्या अडचणी व आव्हाने यावर प्रकाश टाकण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे.

**कळीचे शब्द (Keywords) :** कृषी उत्पन्न बाजार समिती, इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी बाजार (ई-नाम)

### प्रस्तावना:

अलीकडील काळात शेती उत्पादनात वाढ करणे याबरोबरच शेतकऱ्यांना शेतीमालासाठी बाजारपेठ व योग्य भाव मिळवून देऊन त्यांचे कल्याण करणे अशी दुहेरी नीती सरकारने अवलंबली आहे. कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांमार्फत राज्य सरकारने ठरवून दिलेल्या नियमानुसार शेतमाल खरेदी-विक्रीचे व्यवहार केले जातात. त्यामुळे शेतकऱ्यांच्या शेतमालास किफायतशीर हमी भाव मिळत नसे, वजन व मापे अनियमित असत, विविध शुल्क आकारण्यात येतात,

मध्यास्तांकडून शेतकऱ्यांची मोठी लूट व फसवणूक होत असे. थोडक्यात कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांमध्ये शेतमाल खरेदी-विक्रीच्या पर्याप्त व किफायतशीर सेवा व सुविधा नसल्याने, शेतकऱ्यांना त्यांच्या शेतमालास रास्त हमीभाव मिळत नसल्याने शेतकऱ्यांचे आर्थिक शोषण व नुकसान मोठ्या प्रमाणात होत असल्याचे स्पष्ट दिसून येते. तसेच शेतमालाचा आंतर प्रादेशिक व्यापार करण्यात अनेक अडथळे व समस्या निर्माण होतात. शेतकऱ्यांना कोणताही वाजवी लाभ न मिळता

व्यापारी ग्राहकांना अधिक किंमत वाढवून शेतीमालाची विक्री करून मोठा लाभ मिळवतात.

पारंपारिक पद्धतीत भारतात शेतीमालाची खरेदी-विक्री ही गाव पातळीवर, कृषी उत्पन्न बाजार समिती, सहकारी संस्थामार्फत, सरकारमार्फत अशा चार प्रकारे होते. देशात शेतमालाची २०,८६८ ग्रामीण प्राथमिक आठवडे बाजारातून खरेदी-विक्री करण्यात येते. तसेच ७१३९ नियंत्रित व नियमित कृषी उत्पन्न बाजार समितीतून शेतमाल खरेदी व विक्री होते. यापैकी १५ टक्के बाजारातून नियम व अटींच्या अखत्यारित राहून कार्य करतात असे अभ्यासातून स्पष्ट होते. कृषी क्षेत्राच्या विकासासाठी कार्यक्षम कृषी विपणन व्यवस्था आणि प्रभावी कृषी उत्पादन पुरवठ्याची साखळी आवश्यक आहे. तसेच कृषी विपणन सक्षम, संघटित व कार्यक्षम करण्यासाठी खाजगी क्षेत्राचे योगदान अपेक्षित आहे. त्यासाठी भारत सरकारच्या कृषी मंत्रालयाने राज्य व केंद्रशासित प्रदेशातील सरकारशी विचारविनिमय करून सुत्रबद्ध नवीन कृषी विपणन कायदा (Model Agricultural Market Act) तयार केला आहे. शेतमालाचा दर्जा, गुणवत्ता व प्रतवारी करण्यासाठी राज्य कृषी उत्पन्न मंडळ स्थापन करण्याची तरतूद केली आहे. या कायद्यामुळे १८ राज्य व ५ केंद्रशासित प्रदेशातील कृषी उत्पन्न समितीच्या अधिनियमात संशोधन केले आहे.

तरीपण भारतातील कृषी विपणनात प्रामुख्याने कमी दर्जाचे शेती उत्पादने, विक्री योग्य वाढावा कमी, साठवणूक गृहाचा अभाव, शेतमालाचा दर्जा, गुणवत्तेनुसार प्रतवारी करण्यात अडचणी, असंघटित शेतकरी व कृषी बाजारात मध्यस्तांचे वर्चस्व व शेतकऱ्यांची होणारी पिळवणूक, शेतकऱ्यांना संस्थात्मक वित्त पुरवठ्याचा अभाव, वाहतूक व दळणवळण साधने व सुविधांचा अभाव इत्यादी दोष आढळून येतात.

यावरून शेतमालास योग्य बाजारपेठ आणि हमीभाव मिळत नसल्याने, शेतीमालाची खरेदी व विक्री योग्य वेळी होत नाही. बदलत्या परिस्थितीनुसार

शेतमालाच्या विपणन पद्धतीत बदल करून शेतमालास किफायतशीर भाव मिळवून देण्यासाठी इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी बाजार (ई-नाम) हे इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल १४ एप्रिल २०१६ रोजी भारताचे पंतप्रधान नरेंद्र मोदी यांच्या हस्ते सुरू करण्यात आले. देशातील विविध राज्य व केंद्रशासित प्रदेशात कार्यरत असणाऱ्या कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांचे ऑनलाईन ट्रेडिंग पोर्टल प्लॅटफॉर्म द्वारे एकत्रिकरण करून देश पातळीवर एक सामायिक राष्ट्रीय कृषी बाजार तयार करणे हा ई-नामचा मुख्य हेतू राहिला आहे. वर्ष २०२१ पर्यंत १८ राज्य आणि तीन केंद्रशासित प्रदेशातील एक हजार पेक्षा अधिक कृषी उत्पन्न बाजार समित्या या ई-नाम प्लॅटफॉर्मशी जोडल्या गेल्या आहेत. या ई-नाम द्वारे प्रत्यक्ष कृषी उत्पन्न बाजार समितीत न जाता शेतकरी आपला शेतमाल देशभरातील कोठेही असणाऱ्या खरेदीदारांना ऑनलाईन विक्री करू शकतात. तसेच या मार्फत शेतमालाचे भाव, आवक, गुणवत्ता इत्यादी माहिती योग्य वेळी मिळते. त्यामुळे व्यवहारात पारदर्शकता असल्याने शेतकरी व व्यापारी यांना शेतमाल विपणनाचे निर्णय घेण्यास मदत होते. ई-नाम मुळे देशातील कृषी उत्पन्न बाजार समित्या मार्फत होणाऱ्या शेतमालाच्या विपणनात पारदर्शकता, कार्यक्षमता व स्पर्धात्मकता वाढविण्यास मदत होते. परिणामी शेतमालास योग्य कीफायतशीर भाव मिळून शेतकऱ्यांचे आर्थिक कल्याण होण्यास मदत होते. सदर शोधनिबंधाचा प्रमुख उद्देश भारतीय कृषी विपणन व्यवस्थेतील नवीन प्रवाह जाणून घेऊन ई-नाम या इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी बाजाराचे कार्य, प्रक्रिया, उद्दिष्टे, प्रगती व सद्यस्थिती, अडचणी इत्यादींचे विश्लेषण करणे हे आहे.

#### गृहीत कृत्य:

शोधनिबंधाच्या विषयाशी संबंधित संदर्भ व संशोधन साहित्याचे पुनर्विलोकन करून प्राप्त अनुभव मिश्रित ज्ञानाच्या आधारे या शोधनिबंधाची दिशा व

व्याप्ती निश्चित करण्यासाठी दोन गृहीत कृत्य मांडली आहेत.

1. ई-नाम ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टलची व्याप्ती दिवसेंदिवस वाढून शेतकऱ्यांना त्यांच्या शेतमालास योग्य भाव मिळवून देण्यात व त्यांचे आर्थिक कल्याण करण्यास हे उपयुक्त ठरत आहे.
2. ई-नाम या ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टलच्या वापरात अनेक तांत्रिक अडचणी दिसून येतात.

### संशोधन पद्धती:

सदर शोध निबंधाच्या विषयाचे स्वरूप, व्याप्ती, महत्त्व व अभ्यासाची उद्दिष्टे या अनुषंगाने विश्लेषणात्मक व वर्णनात्मक संशोधन पद्धतीचा प्रामुख्याने अवलंब करून शोधनिबंध तयार करण्यात आला आहे. या शोध निबंधासाठी आवश्यक व उपयुक्त दुय्यम आधारसामग्रीचा वापर करण्यात आला आहे. ही दुय्यम आधार सामग्री भारत सरकार व राज्य सरकारच्या कृषी व शेतकरी मंत्रालयाच्या वार्षिक अहवाल, राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील प्रमाणित नियतकालिकातून प्रकाशित शोध निबंध, लेख तसेच विविध संकेतस्थळावरील प्रकाशित माहिती इत्यादी माध्यमातून मिळविली आहे. याची संदर्भीय नोंद योग्य त्या पद्धतीने करण्यात आली आहे.

### साहित्य समीक्षा:

ई-नामचे भारतीय कृषी उद्योगावर होणारे परिणाम हा अनेक संशोधनाचा विषय आहे.

चांद, आर (२०१२) यांनी “Development policies and Agricultural Market” या शीर्षकाच्या त्यांच्या शोधनिबंधात स्पष्ट केले आहे की, उत्पादकांनी उद्धृत केलेल्या किंमती आणि ग्राहकांनी दिलेली किंमत यांच्यातील तफावत, प्रमोशन चॅनेल, तुटलेली संप्रेषण आणि रणनीती विकृती यासारख्या अपुरेपणाने भारतातील कृषी विपणन ग्रस्त आहे. हा अपुरेपणा दूर करण्यासाठी आणि मध्यस्तांचा अतिरेक

रोखण्यासाठी गंभीर सुधारणा करणे आवश्यक आहे. उत्पादकांच्या सौदेबाजीची शक्ती सुधारणांच्या आणि भरभराटीचे प्रयोग वाढवणाऱ्या नवीनतम प्रारूपाला प्रोत्साहन देताना उत्पादकांच्या कंपनी आणि सहकारी विपणन संस्थांना उत्पादनाच्या विक्रीसाठी पर्याय उपलब्ध करून देण्यासाठी प्रोत्साहन दिले जाऊ शकते.

शौमित्र चॅटर्जी आणि देवेश कपूर (२०१६) यांनी, “Understanding Price Variation in Agricultural Commodities in India: MSP, Government Procurement and Agricultural Market” या शीर्षकाच्या त्यांच्या लेखात असा निष्कर्ष काढला आहे की व्यापार प्रवाहाची आकडेवारी नसताना भारतातील कृषी बाजारातील व्यापाराचे विश्लेषण करणे हे एक बहुआयामी आणि भयावह काम आहे. असे असले तरी ते अनेक कारणांसाठी महत्त्वपूर्ण आहे. साहित्याने मुख्यतः निवडक मंडई, पिके आणि प्रदेशांमधील सूक्ष्म दृष्टिकोन अभ्यासला आहे. या शोधनिबंधात त्यांनी अखिल भारतीय दृष्टिकोनातून या समस्येकडे पाहिले आहे.

कुशंकु डे (२०१६) यांनी, “National Agricultural Market” या शीर्षकाच्या त्यांच्या लेखात सादर केले की, ई-नामचे इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग पोर्टल राष्ट्रीय जागरूकता घेऊन देशाच्या विविध भागातील ५८० पेक्षा जास्त कृषी उत्पन्न बाजार समितींना जोडण्यासाठी नव्याने कार्यान्वित करण्यात आले आहे. विशिष्ट कालावधीत अन्नधान्य विशेषतः धान / तांदूळ आणि गहू यांच्या किंमतीच्या शोधात व्यापाऱ्यांचे काही प्रमाणात योगदान असले तरी, व्यापारात सर्वसमावेशकता आणि सहभाग मिळवणे आवश्यक आहे. दुसऱ्या शब्दात, वाटाघाटी, फायदे, किंमतीच्या बाबतीत ट्रेडिंगच्या संधी आणि संबंधित सेवांमध्ये व्यवहार प्रणाली आणि व्यापार मालाची दर्जेदार माहिती लहान आणि अल्पभूधारक शेतकऱ्यांना मिळू शकणार नाही.

मध्यस्थांचा सहभाग कमी करून, ई-नामने शेतकऱ्यांच्या किंमत वसुलीत मोठ्या प्रमाणात वाढ

केली आहे, असा दावा शर्मा आणि गुप्ता (२०२०) यांनी “Impact of e-NAM on Agriculture Marketing in India” या शोधनिबंधात केला आहे.

शेतकऱ्यांमधील कमी संगणक साक्षरता आणि ग्रामीण भागातील कमकुवत पायाभूत सुविधांसह समस्या राव, पटेल आणि मेहता (२०२१) यांच्या “Challenges and Opportunities in Implementing e-NAM” या अभ्यासात अधोरेखित केल्या आहेत. प्लॅटफॉर्मची क्षमता पूर्णपणे ओळखण्यासाठी सतत वाढीव संशोधन, भागधारक जागरूकता आणि क्षमता-निर्माण उपक्रमांची आवश्यकता हा शोध निबंध अधोरेखित करतो.

अनेक अभ्यास हे दाखवून देतात की ई-नाम शेतकऱ्यांचा बाजारपेठेतील प्रवेश आणि किंमतीची प्राप्ती वाढवण्यासाठी अत्यंत चांगले काम करते.

### ई-नामची पार्श्वभूमी व उद्दिष्टे:

ई-नाम ट्रेडिंग पोर्टलमुळे शेतमाल विक्रेता व खरेदीदार यामधील माहितीची असमानता कमी होऊन वास्तविक शेतमालाची मागणी व पुरवठ्याच्या आधारे शेतमालाची पर्याप्त व योग्य किंमत निश्चित करण्यास मदत होते. सध्याच्या कृषी उत्पन्न बाजार समितीच्या बाजारपेठांचे ऑनलाइन ट्रेडिंग प्लॅटफॉर्म मार्फत एकत्रिकरण करून शेतमालासाठी एकात्मिक राष्ट्रीय बाजारपेठ तयार करण्यात येते. शेतकरी, व्यापारी व शेतमालाच्या खरेदीदारांसाठी पारदर्शक, कार्यक्षम व स्पर्धात्मक स्वरूपाचे राष्ट्रीय स्तरावरील व्यापक व्यापाराचा मंच उपलब्ध होतो. देशातील शेतकऱ्यांना हव्या त्या बाजारपेठेत शेतमाल विकण्याचे स्वातंत्र्य मिळते. त्यामुळे शेतीची उत्पादकता व शेतकऱ्यांचे कल्याण हे उद्दिष्टे साध्य करण्याच्या दृष्टीने ई-नाम हे ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टल सर्व अर्थाने महत्त्वाचे व उपयुक्त असल्याचे स्पष्ट होते.

ई-नाम राष्ट्रीय कृषी बाजार या ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टलची उद्दिष्टे खालील प्रमाणे सांगता येतील.

1. देशातील शेतकऱ्यांना त्यांच्या शेतमालास योग्य भाव मिळवून देणारी पारदर्शक बाजारपेठ निर्माण करणे अथवा उपलब्ध करून देणे.
2. शेतकऱ्यांना त्यांच्या शेतमालास योग्य बाजारभाव मिळवून देण्यासाठी शेतमालाची आवक, गुणवत्ता व प्रतवारी, शेतमालास असणारी मागणी व पुरवठा यांची योग्य वेळी माहिती उपलब्ध करून देणे.
3. शेतकऱ्यांना त्यांच्या शेतमालासाठी अधिक ग्राहक व व्यापक बाजारपेठ उपलब्ध करून देणे.
4. शेतमाल खरेदी-विक्रीतील, मध्यस्थाकडून होणारी लूट कमी करणे, वजन व मापे प्रमाणित वापरणे, शेतमालाच्या वाहतुकीच्या सोयी सुधारणे आणि वाहतूक खर्च कमी करणे, शेतमाल साठवणुकीच्या पुरेशा सोयी पुरवणे इत्यादी.
5. शेतकऱ्यांना आर्थिक दृष्ट्या सक्षम बनवणे व त्यांचे उत्पन्न वाढविणे.  
या सर्व बाबींमुळे शेतकऱ्यांचे जीवनमान उंचावेल आणि शेती व्यवसाय अधिक क्रिफायतशीर होण्यास मदत होईल.

### ई-नाम प्रक्रिया अथवा कार्यपद्धती:

ई-नाम हे ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टल विविध स्तरावरील प्रक्रियांमार्फत काम करते. त्या प्रक्रियेत खालील घटकांचा समावेश होतो.

१. **शेतकरी नोंदणी:** शेतकरी त्यांच्या उत्पादनाची नोंदणी करतात आणि एक अद्वितीय ओळखपत्र प्राप्त करतात.
२. **बाजाराची निवड:** वापरकर्ते त्यांच्या कृषी उत्पन्न बाजार समिती ट्रेडिंगसाठी निवडतात.
३. **ट्रेडिंग:** खरेदीदार आणि विक्रेते प्लॅटफॉर्मद्वारे रियल-टाईम बिडिंगमध्ये व्यस्त असतात.

४. **गुणवत्तेचे मानांकन:** गुणवत्तेच्या मानांकावर आधारित वस्तूंचे मूल्यमापन आणि वर्गीकरण केले जाते.
५. **पेमेंट:** व्यवहार अंतिम केले जातात आणि थेट शेतकऱ्यांच्या बँक खात्यात पैसे दिले जातात.
६. **व्यवहार पूर्ण होणे:** एकदा बोली स्वीकारल्यानंतर पारदर्शकता आणि कार्यक्षमता सुनिश्चित करून प्लॅटफॉर्मद्वारे व्यवहार पूर्ण केला जातो.
७. **लॉजिस्टिक सपोर्ट:** हा प्लॅटफॉर्म वाहतूक आणि साठवणूक पर्याय देखील सुलभ करते.

### ई-नामची सद्यस्थिती व प्रगती:

सध्या देशातील २२ राज्य आणि तीन केंद्रशासित प्रदेशातील १२६० कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांचे या ई-नाम ट्रेडिंग पोर्टलला जोडल्या गेल्या आहेत. त्याद्वारे विविध २०३ शेतीमाल व फलोत्पादने यांची खरेदी-विक्री या डिजिटल ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म द्वारे करणे सुलभ करण्यात आले आहे. तसेच शेतकऱ्यांना त्यांच्या उत्तम पिकास चांगला उत्तम भाव मिळवून देण्यास मदत करत आहे.

२०२२-२३ या वर्षात ई-नाम मार्फत कृषी उत्पादनांचा व्यापार ४१ टक्के वाढला जो मागील वर्षीच्या १३.२ दशलक्ष टनावरून १८.२ दशलक्ष टनापर्यंत पोहोचला. याचे कारण विविध राज्यातील जास्तीत जास्त शेतकरी, व्यापारी व शेतकरी उत्पादक संस्था यांनी ई-नामचा स्वीकार केला आहे. शेतमालाच्या व्यापाराची मूल्यांच्या दृष्टिकोनातून ई-नामद्वारे करण्यात आलेली उलाढाल २०२१-२२ मध्ये ५६,४९७ कोटी रुपयांवरून २०२२-२३ मध्ये ७४.६५६ कोटी रुपयांपर्यंत वाढली. ही वाढ ३२ टक्के एवढी असल्याचे स्पष्ट होते. याच वित्तीय वर्षाच्या एप्रिल-जून या तिमाहीत ई-नामद्वारे करण्यात आलेल्या आंतर-कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांच्या व्यापारात २४० टक्के वाढ होऊन त्यांचे मूल्य ३३६ कोटी रुपये राहिले आहे.

सध्या ई-नाम या ऑनलाइन ट्रेडिंग पोर्टलद्वारे २०९ शेती व फलोत्पादन अधिसूचित करून त्यांचा व्यापार करण्यास परवानगी देण्यात आली आहे. २७ राज्य व चार केंद्रशासित प्रदेशातील १३६१ कृषी उत्पन्न बाजार समित्या या पोर्टलशी जोडण्यात आल्या आहेत. तसेच १७.५६ दशलक्ष शेतकरी, २७६१ शेतकरी उत्पादक संघटना, ०.२४ दशलक्ष व्यापारी आणि जवळपास ०.१ दशलक्ष कमिशन एजंट ई-नाम मध्ये नोंदणीकृत आहेत.

याच वृद्धी दराचा विचार केल्यास वर्ष २०२३-२४ मध्ये ई-नामची उलाढाल रुपये एक ट्रिलियनच्या पुढे जाण्याची अपेक्षा व्यक्त करण्यात येत आहे.

### ई-नाम वाढीची कारणे:

ई-नामची वाढ चालू राहणे अपेक्षित आहे, ज्यामुळे भारतातील कृषी व्यापारात परिवर्तन होईल. ई-नाम व्यासपीठावरील व्यापारातील वाढ अनेक घटकांमुळे होऊ शकते. असे घटक पुढीलप्रमाणे-

- **दत्तक घेणे आणि जागरूकता वाढवणे:** शेतकरी, व्यापारी आणि शेतकरी उत्पादक संघटना यांनी सतत विपणन आणि जागरूकता निर्माण करण्याच्या प्रयत्नांचा परिणाम म्हणून ई-नाम प्लॅटफॉर्मचा अवलंब केला आहे आणि ते अधिक जागरूक झाले आहेत. ई-नाम ऑफरचे फायदे आणि सुविधा जाणून घेत असल्याने भागधारकांना कृषी व्यापारासाठी संगणकीय व्यासपीठ वापरण्यास अधिक खुले होत आहे.
- **सुधारित बाजारपेठेत प्रवेश:** ई-नाम शेतकऱ्यांना त्यांच्या मंडईच्या पलीकडे मोठ्या बाजारपेठेत प्रवेश करण्यास सक्षम करते, मध्यस्त कमी करते आणि त्यांना नवीन शक्यता शोधून उच्च किंमत मिळविण्यास मदत करते. शेतकऱ्यांना विविध राज्यातील खरेदीदारांशी जोडून, त्यांचा ग्राहक आधार

आणि विक्री क्षमता वाढवून भौगोलिक अडथळे दूर करते.

- **किंमत शोध आणि पारदर्शकता:** ई-नाम प्लॅटफॉर्म पारदर्शक किंमत शोध यंत्रणा उपलब्ध करून देण्यासाठी खुल्या बोलीचा वापर करते. शेतकरी सध्याच्या बाजारभावावर लक्ष ठेवून त्यांचे उत्पादन केव्हा विकायचे ते ठरवू शकतात. ही पारदर्शकता निपक्ष स्पर्धा वाढवते आणि माहितीची विषमता कमी करते, ज्यामुळे शेतकऱ्यांना त्यांच्या मालासाठी चांगल्या किंमतीच्या वाटाघाटी करता येतात.
- **सरकारी उपक्रम आणि धोरण समर्थन:** सरकार धोरणांद्वारे ई-नाम अवलंबनाला प्रोत्साहन देत आहे. राज्य सरकारांना मंडई व्यासपीठासह एकत्रित करण्यासाठी प्रोत्साहित करत आहे आणि शेतकरी व व्यापाऱ्यांना सहभागी होण्यास सक्षम करत आहे. याव्यतिरिक्त राज्यांमधील व्यापाऱ्यांसाठी एकत्रित परवान्यासारख्या उपक्रमांमुळे आंतर-राज्य व्यापार सुलभ झाला आहे, ज्यामुळे ई-नाम परिसंस्थेला आणखी चालना मिळाली आहे.

**ई-नाम योजनेचे फायदे:**

**1) शेतकरी:**

- ई-नाम उत्पादनांच्या विक्रीसाठी वाढीव आणि विस्तारित शक्यता प्रदान करते, परिणामी बाजारात निष्पक्ष स्पर्धा होते.
- यामुळे शेतकऱ्यांना राष्ट्रीय बाजारपेठेत प्रवेश मिळतो आणि त्यांच्या मालाच्या गुणवत्तेनुसार किंमती निश्चित केल्या जातात.
- शेतकऱ्यांना चांगल्या परताव्याचा फायदा होतो.

**2) व्यापारी:**

- ई-नाममुळे बुक कीपिंग आणि रिपोर्टिंग सिस्टमचा खर्च कमी झाला आहे, कारण ते आता आपोआप तयार होतात.
- डीलर्स आणि कमिशन एजंटची सुधारित देखरेख आणि नियमन शक्य झाले आहे.
- एक पूर्णपणे पारदर्शक दृष्टिकोन जो जाणून-बुजून किंवा नकळत निविदा / लिलाव प्रक्रियेत फेरफार करण्याची शक्यता दूर करतो.
- निविदा / लिलाव प्रक्रिया ई-नामच्या माध्यमातून होत असल्याने मनुष्यबळाची गरज कमी होते.
- आवक आणि किंमतीचा अंदाज वर्तविण्यासाठी हे उपयुक्त आहे.
- प्रत्येक कृषि उत्पन्न बाजार समितिचे कामकाज शासकीय संकेतस्थळावर उपलब्ध आहे.

**3) सरकार आणि नियामक:**

- कृषी बाजारांचे कार्यक्षम निरीक्षण आणि व्यवस्थापन शक्य झाले आहे.
- डेटा-चलीत धोरण निर्मिती करण्यास उपयुक्त आहे.

**4) ग्राहक:**

- अधिक किफायतशीर किंमतीत उच्च गुणवत्तेच्या उत्पादनांचा ग्राहकांना फायदा होतो.

**ई-नाम पुढील आव्हाने व सुधारणा:**

ई-नाम प्लॅटफॉर्मचा कृषी उद्योगात विस्तार आणि प्रभाव कायम राहणार आहे. त्याची पारदर्शक आणि कार्यक्षम बाजारपेठ शेतकऱ्यांना सशक्त बनवते, चांगल्या किंमतीचा शोध सुनिश्चित करते आणि बाजारपेठेतील प्रवेश विस्तृत करते. अधिक भागधारक कृषी क्षेत्रातील डिजिटल क्रांतीचा स्वीकार करत

असल्याने ई-नाम भारताच्या कृषी क्षेत्राचा आकार बदलण्यात, शेतकरी समुदायासाठी आणि संपूर्ण राष्ट्रासाठी शाश्वत वाढ आणि समृद्धी वाढविण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावेल परंतु असे असले तरी ई-नामला पुढील आव्हानांचा सामना करावा लागत आहे.

- **डिजिटल साक्षरता:** शेतकऱ्यांमध्ये असलेली मर्यादित जागरूकता आणि डिजिटल कौशल्ये ई-नामच्या सहभागात अडथळे आणते.
- **पायाभूत सुविधा:** ग्रामीण भागातील अपुरी इंटरनेट कनेक्टिव्हिटी आणि लॉजिस्टिक सपोर्ट ई-नामच्या कार्यात अडथळे आणते.
- **तांत्रिक अडथळे:** ग्रामीण भागात मर्यादित इंटरनेट प्रवेश सहभागाला बाधा आणतो.
- **जागरूकता आणि प्रशिक्षण:** ई-नाम प्लॅटफॉर्मचा प्रभावीपणे वापर करण्यासाठी शेतकऱ्यांना प्रशिक्षण आवश्यक आहे.
- **बदलाला विरोध:** पारंपारिक व्यापारी आणि मध्यस्थांमध्ये ई-नामबाबत संकोच आढळतो.
- **मानकीकरण समस्या:** विसंगत गुणवत्ता मूल्यांकन आणि प्रेडिंग मानके अडसर ठरतात.
- **मर्यादित कमोडिटी कव्हेरेज:** ई-नाममध्ये अधिक पिके आणि प्रदेशांचा समावेश करण्याची गरज आहे.

#### निष्कर्ष:

ई-नाम ही भारतातील कृषी बाजारपेठांच्या आधुनिकीकरणातील एक महत्त्वाची पायरी आहे. ई-नाम योजना मोकळेपणा, परिणामकारकता आणि सर्वसमावेशकतेला प्रोत्साहन देते. यात भारताच्या कृषी विपणनाला पूर्णपणे बदलण्याची क्षमता देखील आहे. ई-नामने बाजारपेठेतील शेतकऱ्यांचा प्रवेश आणि किंमती लक्षात घेण्याची क्षमता प्रभावीपणे वाढवली असली तरी ई-नामचे यश जागरूकता आणि पायाभूत सुविधांसह समस्यांचे निराकरण करण्यावर अवलंबून

आहे. एकाच राष्ट्रीय कृषी बाजाराचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी सरकार, व्यापारी समुदाय आणि नागरी समाज यांनी एकत्रितपणे काम केले पाहिजे. नजीकच्या भविष्यात आपण शेतकऱ्यांना अधिक मोबदला, खरेदीदारांना कमीत कमी व्यवहार शुल्क आणि ग्राहकांना स्थिर किंमती व उपलब्धता असे अधिक लक्षणीय लाभ होतील याची अपेक्षा करू शकतो. ई-नाम प्रमुख कृषीप्रधान वस्तूंच्या एकत्रित मूल्यवान साखळ्यांची सुविधा देशभर तयार करेल आणि शेतमालाची शास्त्रीय साठवण आणि शेतमालाची दळणवळण वाढविण्यास मदत करेल.

#### संदर्भ:

1. Ministry of Agriculture and Farmers' Welfare, Government of India. (2016). E-NAM Guidelines and Framework.
2. Dr. G. Nedumaran; M. Manida (2019) Trends and Impact of e-NAM in India, Clean India for New India, MJP publisher, Chennai
3. Sharma, R. & Gupta, P. (2020) Impact of e-NAM on Agricultural Marketing in India, Indian Journal of Agricultural Economics
4. Rao, K., Patel, S., & Mehta, V. (2021). Challenges and Opportunities in Implementing e-NAM. Journal of Rural Development.
5. Nisha Parveen (2023) e-NAM, transforming Agricultural trade for a better tomorrow
6. <https://www.enam.gov.in>
7. [www.indiabusinessstrade.in](http://www.indiabusinessstrade.in)
8. <https://www.oliveboard.in>