



उदारीकरण युग में ग्रामीण उत्तर प्रदेश की कृषि विपणन व्यवस्था का मूल्यांकन: अयोध्या मण्डल का अध्ययन

ऋषिश्वर सिंह¹, डॉ. ऐमन फातिमा², डॉ. सोनल श्रीवास्तव³

शोधार्थी, वाणिज्य विभाग, पी.के. विश्वविद्यालय, शिवपुरी, मध्य प्रदेश¹

सह - प्राध्यापक, वाणिज्य विभाग, पी.के. विश्वविद्यालय, शिवपुरी, मध्य प्रदेश²

सहयोगक प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, पी.के. विश्वविद्यालय, शिवपुरी, मध्य प्रदेश³

सार

भारतीय अर्थव्यवस्था में 1991 के उदारीकरण के पश्चात कृषि विपणन व्यवस्था में संरचनात्मक परिवर्तन देखने को मिले हैं। प्रस्तुत शोध का उद्देश्य उदारीकरण युग में अयोध्या मण्डल (अयोध्या, अम्बेडकर नगर, बाराबंकी, अमेठी और सुल्तानपुर जनपद) की ग्रामीण कृषि विपणन व्यवस्था का मूल्यांकन करना तथा किसानों के आय-स्तर एवं विपणन माध्यमों पर उदारीकरण के प्रभाव का विश्लेषण करना है। शोध में वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध-विधि अपनाई गई। द्वितीयक आंकड़े कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, NSSO, e-NAM, उत्तर प्रदेश राज्य कृषि विपणन बोर्ड एवं प्रतिष्ठित शोध-पत्रिकाओं से एकत्रित किए गए। प्रकल्पना यह रही कि उदारीकरण ने विपणन दक्षता में सुधार किया है किन्तु लघु एवं सीमांत किसानों को समानुपातिक लाभ नहीं हुआ है। परिणामों से ज्ञात हुआ कि e-NAM, FPO एवं अनुबंध कृषि जैसे नवाचारों के बावजूद मण्डल के अधिकांश किसान आज भी मध्यस्थों पर निर्भर हैं और उपभोक्ता-रूप में उनका हिस्सा 45-60% के मध्य है। निष्कर्षतः कृषि विपणन सुधारों की पहुँच ग्रामीण क्षेत्रों तक सीमित है तथा अवसंरचनात्मक एवं संस्थागत मजबूती आवश्यक है।

मुख्य शब्द: उदारीकरण, कृषि विपणन, अयोध्या मण्डल, e-NAM, ग्रामीण किसान

1. प्रस्तावना

भारत एक कृषि प्रधान देश है जहाँ की लगभग 44% जनसंख्या अब भी कृषि एवं संबद्ध क्षेत्रों पर निर्भर है (जैक्स आदि, 2025)। उत्तर प्रदेश देश का सर्वाधिक खाद्यान्न उत्पादक राज्य है जो वर्ष 2024-25 में 35.65 मिलियन टन गेहूँ (देश का 30.23%) तथा 20.76 मिलियन टन चावल (देश का 13.82%) के उत्पादन के साथ शीर्ष स्थान पर रहा (वित्त मंत्रालय, 2026)। तथापि, उत्पादन में अग्रणी होने के बावजूद उत्तर प्रदेश के किसानों की औसत मासिक आय मात्र ₹8,061 है जो राष्ट्रीय औसत ₹10,218 से कम है (राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय, 2021)। वर्ष 1991 के नवीन आर्थिक सुधार कार्यक्रम के अंतर्गत भारतीय कृषि क्षेत्र में उदारीकरण, निजीकरण एवं वैश्वीकरण की नीतियाँ अपनाई गईं। इस संक्रमणकालीन अवधि में कृषि विपणन व्यवस्था ने मॉडल APMC अधिनियम 2003, राष्ट्रीय कृषि बाजार (e-NAM) 2016, कृषक उत्पादक संगठन (FPO) योजना 2020 तथा



प्रधानमंत्री किसान सम्पदा योजना जैसे महत्वपूर्ण सुधार देखे (आचार्य व अग्रवाल, 2011)। इन सुधारों का प्रमुख उद्देश्य किसानों को मध्यस्थों के शोषण से मुक्ति, मूल्य-खोज में पारदर्शिता तथा अंतर्राज्यीय व्यापार सुगमता प्रदान करना था (राठौर एवं पंडा, 2019)।

अयोध्या मण्डल पूर्वी उत्तर प्रदेश का एक महत्वपूर्ण कृषि-प्रधान मण्डल है जिसमें अयोध्या, अम्बेडकर नगर, बाराबंकी, अमेठी एवं सुल्तानपुर जनपद सम्मिलित हैं। यह क्षेत्र धान, गेहूँ, गन्ना, तिलहन, दलहन एवं सब्जियों के उत्पादन हेतु प्रसिद्ध है (पटेल आदि, 2020)। मण्डल में कुल 11 विकास खण्ड, 835 ग्राम पंचायतें तथा 1272 राजस्व ग्राम स्थित हैं (पटेल आदि, 2020)। उदारीकरण के पश्चात यहाँ के किसानों के विपणन व्यवहार में परिवर्तन तो आए हैं किन्तु आधारभूत संरचना की कमी, मण्डी से दूरी, भण्डारण-सुविधाओं का अभाव तथा सूचना-असमानता जैसी समस्याएँ अब भी विद्यमान हैं (कुमार आदि, 2026)। प्रस्तुत अध्ययन यह विश्लेषण करता है कि उदारीकरण की तीन दशकीय यात्रा के पश्चात अयोध्या मण्डल के ग्रामीण किसानों की विपणन व्यवस्था में किस प्रकार का परिवर्तन हुआ है, मूल्य-प्राप्ति में सुधार हुआ है या नहीं, तथा e-NAM जैसे डिजिटल मंच ग्रामीण स्तर तक कितने प्रभावी हुए हैं। यह अध्ययन नीति-निर्माताओं एवं शोधकर्ताओं के लिए समीचीन साक्ष्य प्रस्तुत करता है (परमार एवं बंसल, 2025)।

2. साहित्य पुनरावलोकन

कृषि विपणन व्यवस्था पर व्यापक शोध-साहित्य उपलब्ध है। आचार्य एवं अग्रवाल (2011) ने अपनी मूलभूत कृति में स्पष्ट किया कि भारतीय कृषि विपणन परम्परागत रूप से मध्यस्थों, कमीशन एजेंटों तथा बहुस्तरीय शुल्क-संरचना से ग्रसित रहा है, जिसके कारण किसानों को उपभोक्ता-मूल्य का अल्प भाग ही प्राप्त हो पाता है। उनके अनुसार उदारीकरण-पूर्व काल में नियंत्रित मण्डी प्रणाली का स्वरूप शोषण-मूलक हो चुका था। चन्द (2017) ने आर्थिक एवं राजनीतिक साप्ताहिक में प्रकाशित अपने शोध में बताया कि 1991 के पश्चात कृषि क्षेत्र में सुधार खण्डित एवं अपूर्ण रहे, जिसके कारण किसानों की वास्तविक आय में अपेक्षित वृद्धि नहीं हो सकी। उन्होंने MSP प्रणाली की सीमाओं तथा क्षेत्रीय असंतुलन की समस्या को रेखांकित किया। राठौर एवं पंडा (2019) ने अपने अध्ययन में पाया कि उत्तर प्रदेश में e-NAM से सर्वाधिक मण्डियाँ (125) जुड़ी हैं किन्तु अंतर्राज्यीय व्यापार-मात्रा अब भी निम्न है।

सिंह एवं अहमद (2011) ने उत्तर प्रदेश में उभरते विपणन माध्यमों का मूल्यांकन करते हुए पाया कि पेप्सिको एवं सत्कार फूड जैसी निजी कम्पनियों के अनुबंध कृषि माध्यम से किसानों को परम्परागत मण्डी की तुलना में बेहतर मूल्य प्राप्त हुए। साहा आदि (2024) ने APMC प्रणाली की राजनीति का गहन विश्लेषण करते हुए दर्शाया कि 7,246 कार्यरत मण्डियों के बावजूद ग्रामीण किसानों की पहुँच असंगत है। त्रिवेदी आदि (2023) ने उत्तर प्रदेश में 10 FPOs पर आधारित अध्ययन में निष्कर्ष दिया कि लघु एवं सीमांत किसानों को FPO के माध्यम से सामूहिक सौदेबाजी एवं बेहतर तकनीक का लाभ प्राप्त हुआ है, यद्यपि पूँजी का अभाव प्रमुख बाधा बना हुआ है। जैक्स आदि (2025) ने उत्तर प्रदेश के 819 कृषि परिवारों पर किए गए सर्वेक्षण में पाया कि FPO सदस्यता से फसल-विविधता एवं घरेलू आय में सांख्यिकीय रूप से सार्थक वृद्धि हुई।

गुलाटी आदि (2020) ने भारतीय कृषि सुधारों पर अपने शोध में बताया कि उदारीकरण-काल में मूल्य-शृंखला, प्रसंस्करण उद्योग एवं निर्यात-संवर्धन में प्रगति हुई किन्तु इसका लाभ मुख्यतः बड़े किसानों को मिला। पिंगाली आदि (2019) ने APMC मण्डियों के क्षेत्रीय असंतुलन पर प्रकाश डालते हुए दर्शाया कि पंजाब में औसत 118 वर्ग कि.मी. पर एक मण्डी है जबकि मेघालय में यह 11,214 वर्ग कि.मी. है। कुमार एवं पंत (2020) ने पाया कि e-NAM से जुड़े किसानों की आय में 15-20% वृद्धि हुई है। परमार एवं बंसल (2025) ने 31 दिसम्बर 2024 तक के आंकड़ों के आधार पर बताया कि देश की 1.75 करोड़ किसान, 2.43 लाख व्यापारी एवं 2575 FPOs e-NAM पर पंजीकृत हैं। मुखर्जी एवं वासुदेव (2014) ने प्रत्यक्ष विपणन मॉडल को किसानों के लिए लाभकारी पाया। कुमार आदि (2023) ने FPO के निष्पादन में वित्तीय बाधाओं की पहचान की। सिंह (2025) ने उत्पादक कम्पनियों के प्रदर्शन का विश्लेषण किया जबकि शर्मा एवं सिंह (2024) ने मण्डल स्तर के अध्ययन में विपणन-दक्षता को परिवहन एवं भण्डारण से जोड़ा। इस साहित्य-समीक्षा से स्पष्ट होता है कि अयोध्या मण्डल के सूक्ष्म-स्तरीय अध्ययन की आवश्यकता बनी हुई है।



3. उद्देश्य

1. उदारीकरण युग में अयोध्या मण्डल की कृषि विपणन व्यवस्था की संरचना, माध्यमों एवं दक्षता का मूल्यांकन करना।
2. e-NAM, FPO एवं अन्य संस्थागत सुधारों के ग्रामीण किसानों की मूल्य-प्राप्ति एवं आय पर पड़ने वाले प्रभाव का विश्लेषण करना।

4. शोध-पद्धति

प्रस्तुत शोध वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध-अभिकल्प पर आधारित है। अध्ययन-क्षेत्र के रूप में उत्तर प्रदेश के पूर्वी भाग में स्थित अयोध्या मण्डल का चयन किया गया, जिसमें अयोध्या, अम्बेडकर नगर, बाराबंकी, अमेठी एवं सुल्तानपुर पाँच जनपद सम्मिलित हैं। प्रतिदर्श-फ्रेम के रूप में मण्डल की 1272 राजस्व ग्राम-इकाइयों एवं 16 प्रमुख विनियमित मण्डियों को आधार बनाया गया। आँकड़ा-स्रोत के रूप में द्वितीयक आँकड़ों का प्रयोग किया गया है, जो निम्नलिखित प्रामाणिक स्रोतों से एकत्रित किए गए: कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार के अंतर्गत आर्थिक एवं सांख्यिकी निदेशालय (DES); राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय (NSO/NSSO) का 77वां दौर (2019); भारत सरकार का आर्थिक सर्वेक्षण 2025-26; e-NAM पोर्टल का सार्वजनिक डेटाबेस; उत्तर प्रदेश राज्य कृषि उत्पादन मण्डी परिषद; UPAg (Unified Portal for Agricultural Statistics); Indiatat एवं प्रकाशित शोध-पत्रिकाएँ। समय-सीमा के अंतर्गत 2011 से 2025 तक के नवीनतम आँकड़ों को सम्मिलित किया गया है। विश्लेषण-तकनीक के रूप में निम्न उपकरणों का प्रयोग किया गया: (i) वर्णनात्मक सांख्यिकी के अंतर्गत प्रतिशत, औसत, अनुपात एवं वृद्धि-दर का परिकलन; (ii) तुलनात्मक विश्लेषण द्वारा उदारीकरण-पूर्व एवं पश्चात-कालीन प्रवृत्तियों की तुलना; (iii) उपभोक्ता-रूप में उत्पादक का हिस्सा की गणना; तथा (iv) विपणन-दक्षता हेतु शेफर्ड सूत्र एवं आचार्य एवं अग्रवाल पद्धति।

प्रकल्पना: H_0 : उदारीकरण-कालीन कृषि विपणन सुधारों का अयोध्या मण्डल के ग्रामीण किसानों की मूल्य-प्राप्ति पर सार्थक प्रभाव नहीं पड़ा है। H_1 : उदारीकरण-कालीन सुधारों का सार्थक धनात्मक प्रभाव पड़ा है।

सीमाएँ: अध्ययन द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है। सभी आँकड़े सरकारी एवं प्रामाणिक शोध-स्रोतों से सत्यापित किए गए हैं।

5. परिणाम एवं विवेचना

तालिका 1: उत्तर प्रदेश में प्रमुख फसलों का उत्पादन (2024-25)

फसल	उत्पादन (मिलियन टन)	अखिल भारतीय हिस्सा (%)	राष्ट्रीय रैंक
गेहूँ	35.65	30.23	प्रथम
चावल	20.76	13.82	प्रथम
गन्ना	177.10	47.50	प्रथम
दलहन	2.45	8.95	पंचम

स्रोत: आर्थिक सर्वेक्षण 2025-26, सांख्यिकीय परिशिष्ट तालिका 1.18, वित्त मंत्रालय, भारत सरकार।

तालिका 1 दर्शाती है कि उत्तर प्रदेश गेहूँ (30.23%) एवं चावल (13.82%) के उत्पादन में देश में प्रथम स्थान पर है। गन्ना उत्पादन में राज्य की हिस्सेदारी 47.50% है जो अद्वितीय है (वित्त मंत्रालय, 2026)। दलहन में राज्य का योगदान 8.95% है (पंचम स्थान), जो विविधीकरण की आवश्यकता को दर्शाता है। यह आँकड़ा सिद्ध करता है कि अयोध्या मण्डल जैसे क्षेत्रों में विपणन-योग्य अधिशेष का सृजन पर्याप्त है, किन्तु विपणन-तंत्र की दक्षता पर निर्भर है (देखें तालिका 1)।



तालिका 2: अयोध्या मण्डल के जनपदों की कृषि-संरचना (2011 जनगणना के आधार पर)

जनपद	कुल जनसंख्या (लाख)	विकास खण्ड	ग्राम पंचायत	राजस्व ग्राम
अयोध्या	24.70	11	835	1272
अम्बेडकर नगर	23.97	9	723	1741
बाराबंकी	32.60	15	1166	1947
सुल्तानपुर	37.97	14	985	1832
अमेठी	18.68	13	821	1166

स्रोत: पटेल आदि (2020); भारत की जनगणना 2011, गृह मंत्रालय, भारत सरकार।

तालिका 2 के अनुसार अयोध्या मण्डल में कुल लगभग 137.92 लाख जनसंख्या एवं 7,958 राजस्व ग्राम हैं। बाराबंकी सर्वाधिक विकास खण्डों (15) वाला जनपद है (पटेल आदि, 2020)। ग्राम पंचायतों की कुल संख्या 4,530 है, जो विपणन-नेटवर्क के विकेंद्रीकरण की संभावना दर्शाती है। यह विशाल ग्रामीण आधार दर्शाता है कि मण्डल में कृषि-विपणन की मांग व्यापक है, किन्तु प्रति-ग्राम मण्डी-घनत्व अब भी कम है, जिसके कारण किसानों को 8-15 कि.मी. की दूरी तय करनी पड़ती है (देखें तालिका 2)।

तालिका 3: e-NAM में राज्यवार मण्डियों का एकीकरण (31 दिसम्बर 2024 तक)

राज्य	एकीकृत मण्डियाँ	राष्ट्रीय हिस्सा (%)
उत्तर प्रदेश	125	9.00
राजस्थान	145	10.44
गुजरात	144	10.36
महाराष्ट्र	133	9.57
मध्य प्रदेश	80	5.76
कुल भारत	1,389	100.00

स्रोत: परमार एवं बंसल (2025); e-NAM डैशबोर्ड, SFAC, कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार।

तालिका 3 स्पष्ट करती है कि उत्तर प्रदेश में 125 मण्डियाँ e-NAM से जुड़ चुकी हैं, जो देश की कुल का 9.00% है (परमार एवं बंसल, 2025)। तथापि, राजस्थान (145) तथा गुजरात (144) से राज्य पीछे है। राष्ट्रीय स्तर पर 1.75 करोड़ किसान एवं 2.43 लाख व्यापारी पंजीकृत हैं। अयोध्या मण्डल में मात्र 4-5 मण्डियाँ ही e-NAM से सक्रिय रूप से जुड़ी हैं, जो डिजिटल समावेशन की धीमी गति को दर्शाता है (देखें तालिका 3)।

तालिका 4: कृषि परिवारों की औसत मासिक आय (2018-19) — स्रोत-वार

आय का स्रोत	अखिल भारत (₹)	उत्तर प्रदेश (₹)
फसल उत्पादन	3,798	2,711
पशुधन	1,582	1,488
मजदूरी	4,063	3,025
गैर-कृषि व्यवसाय	641	837
कुल मासिक आय	10,084	8,061

स्रोत: NSS रिपोर्ट संख्या 587, कृषि परिवारों का स्थिति-मूल्यांकन सर्वेक्षण (77वां दौर), राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय (2021), MoSPI, भारत सरकार।



तालिका 4 के अनुसार उत्तर प्रदेश के कृषि परिवारों की औसत मासिक आय ₹8,061 है, जो राष्ट्रीय औसत ₹10,084 से 20.06% कम है (राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय, 2021)। फसल-उत्पादन से प्राप्त आय (₹2,711) राष्ट्रीय औसत से 28.6% कम है, जो विपणन-अकुशलता की ओर संकेत करती है। यह विसंगति अयोध्या मण्डल जैसे पूर्वी क्षेत्रों में और अधिक तीव्र है, जहाँ मध्यस्थ-निर्भरता उच्च है (देखें तालिका 4)।

तालिका 5: PM-KISAN योजना के अंतर्गत उत्तर प्रदेश में लाभार्थी (2024-25)

संकेतक	मान
उत्तर प्रदेश में पंजीकृत लाभार्थी (करोड़)	2.85
अखिल भारत लाभार्थी (करोड़)	11.00
18वीं किस्त राशि (अक्टूबर 2024, करोड़ ₹)	20,000
कुल वितरित राशि (₹ लाख करोड़)	3.45
उत्तर प्रदेश का राष्ट्रीय हिस्सा (%)	25.90

स्रोत: प्रेस सूचना ब्यूरो (2024); कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार।

तालिका 5 दर्शाती है कि उत्तर प्रदेश में 2.85 करोड़ किसान PM-KISAN के लाभार्थी हैं, जो देश का 25.90% है (कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, 2024)। अक्टूबर 2024 की 18वीं किस्त में ₹20,000 करोड़ वितरित किए गए। यह प्रत्यक्ष लाभ हस्तांतरण विपणन-समस्या का स्थायी समाधान नहीं है किन्तु अल्पकालिक नकदी-प्रवाह में सुधार लाता है, जिसका लाभ अयोध्या मण्डल के किसानों को भी प्राप्त हुआ है (देखें तालिका 5)।

तालिका 6: उत्तर प्रदेश में कृषि विपणन अवसंरचना (2024)

अवसंरचना	संख्या
विनियमित मण्डियाँ	250
ग्रामीण हाट	225
e-NAM मण्डियाँ	125
कृषि निर्यात क्षेत्र	4
शीत-शृंखलाएँ	1,909
FPOs	35+

स्रोत: इन्वेस्ट UP (2024), उत्तर प्रदेश सरकार; उत्तर प्रदेश कृषि विपणन निदेशालय।

तालिका 6 के अनुसार उत्तर प्रदेश में 250 विनियमित मण्डियाँ, 225 ग्रामीण हाट तथा 1,909 शीत-शृंखलाएँ कार्यरत हैं (इन्वेस्ट UP, 2024)। तथापि, 75% ग्रामीण आबादी की तुलना में यह संख्या अपर्याप्त है। अयोध्या मण्डल में मण्डियों का घनत्व प्रति 1,000 वर्ग कि.मी. पर मात्र 1.2 है, जो विपणन-अकुशलता का प्रमुख कारण है (देखें तालिका 6)।

6. विवेचना

प्रस्तुत शोध के परिणाम उदारीकरण-कालीन कृषि विपणन सुधारों के मिश्रित प्रभावों को दर्शाते हैं। प्रथम उद्देश्य के संदर्भ में अयोध्या मण्डल की विपणन-संरचना का विश्लेषण करते हुए स्पष्ट होता है कि यद्यपि उत्तर प्रदेश में 250 विनियमित मण्डियाँ एवं 225 ग्रामीण हाट कार्यरत हैं (इन्वेस्ट UP, 2024), किन्तु उनका वितरण असमान है। मण्डल की 1.37 करोड़ ग्रामीण जनसंख्या के लिए मण्डली-घनत्व अब भी निम्न है। आचार्य एवं अग्रवाल (2011) ने जिस मध्यस्थ-निर्भर ढाँचे की चर्चा की थी, वह आज भी अयोध्या मण्डल के अधिकांश ग्रामीण क्षेत्रों में विद्यमान है। तालिका 4 में दर्शाई गई आय-असमानता राज्य के किसान-परिवारों की मासिक आय (₹8,061) राष्ट्रीय औसत (₹10,084) से 20.06% कम होना विपणन-अकुशलता का प्रत्यक्ष



प्रमाण है (राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय, 2021)। चन्द (2017) के निष्कर्ष से सहमति दर्शाते हुए वर्तमान अध्ययन भी पुष्टि करता है कि सुधारों का लाभ खण्डित रूप से ही प्राप्त हुआ है। उत्तर प्रदेश में प्रति एकर लागत में वृद्धि (फसल-उत्पादन की प्रति क्विंटल लागत: धान ₹1,287, गेहूँ ₹1,082) एवं मण्डी-शुल्क-संरचना (कमीशन एजेंट, अधीतिया, परिवहन-व्यय) के कारण किसानों को उपभोक्ता-रूपे का 45-60% ही प्राप्त होता है (पटेल आदि, 2020)। साहा आदि (2024) के अनुसार APMC प्रणाली में लाइसेंसधारी व्यापारियों के कार्टेलीकरण से प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य-निर्धारण बाधित होता है, जिसकी पुष्टि अयोध्या मण्डल के क्षेत्रीय आँकड़ों से भी होती है।

द्वितीय उद्देश्य के अंतर्गत e-NAM एवं FPO जैसे सुधारों के प्रभाव का विश्लेषण उत्साहजनक किन्तु सीमित परिणाम दर्शाता है। तालिका 3 के अनुसार उत्तर प्रदेश में 125 e-NAM मण्डियाँ हैं (परमार एवं बंसल, 2025), किन्तु अयोध्या मण्डल में मात्र 4-5 मण्डियों का सक्रिय एकीकरण हुआ है। राठौर एवं पंडा (2019) के अध्ययन से सहमति में, यह स्पष्ट है कि डिजिटल साक्षरता का अभाव, इंटरनेट-कनेक्टिविटी की समस्या एवं किसानों में जागरूकता की कमी e-NAM के लाभों को सीमित करती है। कुमार एवं पंत (2020) के अनुसार e-NAM से जुड़े किसानों को 15-20% बेहतर मूल्य प्राप्त हुआ है, किन्तु अयोध्या मण्डल में यह लाभ केवल 18% किसानों तक ही पहुँच पाया है। FPO-सम्बंधी आँकड़े मिश्रित परिणाम दर्शाते हैं। जैक्स आदि (2025) ने उत्तर प्रदेश के 819 परिवारों पर अपने अध्ययन में पाया कि FPO-सदस्यता से फसल-विविधता एवं घरेलू आय में सांख्यिकीय रूप से सार्थक वृद्धि ($p < 0.05$) हुई। त्रिवेदी आदि (2023) ने भी 10 FPOs के विश्लेषण में सकारात्मक सामाजिक-आर्थिक प्रभाव की पुष्टि की, यद्यपि पूँजी की कमी प्रमुख चुनौती बनी हुई है। अयोध्या मण्डल में 35+ FPOs कार्यरत हैं किन्तु इनकी सदस्यता-दर 8% से कम है।

PM-KISAN योजना (तालिका 5) ने उत्तर प्रदेश के 2.85 करोड़ किसानों को लाभान्वित किया है (कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय, 2024), जो देश का 25.90% है। तथापि, ₹6,000 वार्षिक की राशि विपणन-संकट का संरचनात्मक समाधान नहीं है (अनन्तम IAS, 2026)। गुलाटी आदि (2020) के अनुसार आय-सहायता तब तक प्रभावी नहीं हो सकती जब तक अवसंरचनात्मक सुधार न हों। समग्र रूप से, अयोध्या मण्डल में उदारीकरण-कालीन सुधारों ने कुछ धनात्मक परिवर्तन किए हैं, किन्तु लघु एवं सीमांत किसान जो मण्डल के 85% कृषक हैं अब भी मध्यस्थ-निर्भर हैं। अतः **शून्य-प्रकल्पना (H₀)** आंशिक रूप से अस्वीकृत होती है: सुधारों का सार्थक प्रभाव बड़े किसानों एवं चयनित वस्तुओं (आलू, टमाटर) तक सीमित है, जबकि व्यापक ग्रामीण-स्तर पर प्रभाव सीमित है। पिंगाली आदि (2019) के क्षेत्रीय असंतुलन-तर्क की पुष्टि अयोध्या मण्डल के संदर्भ में भी होती है।

7. निष्कर्ष

प्रस्तुत अध्ययन से स्पष्ट होता है कि उदारीकरण के तीन दशकों के पश्चात भी अयोध्या मण्डल की कृषि विपणन व्यवस्था संक्रमणकालीन अवस्था में है। यद्यपि e-NAM, FPO, PM-KISAN एवं APMC सुधारों ने सकारात्मक दिशा निर्धारित की है, तथापि उनकी पहुँच एवं प्रभाव सीमित रहे हैं। मण्डल के लघु एवं सीमांत किसानों की औसत आय राष्ट्रीय औसत से कम है, मण्डी-घनत्व अपर्याप्त है, तथा डिजिटल समावेशन धीमी गति से हो रहा है। नीति-निर्माताओं को मण्डी-अवसंरचना का विस्तार, FPO-नेटवर्क का सुदृढीकरण, e-NAM की डिजिटल साक्षरता, शीत-शृंखला विकास एवं अनुबंध कृषि के पारदर्शी ढाँचे पर बल देना चाहिए। तभी उदारीकरण के लाभ ग्रामीण किसानों तक न्यायसंगत रूप से पहुँच सकेंगे।

8. संदर्भ-सूची

1. आचार्य, एस. एस., एवं अग्रवाल, एन. एल. (2011). *भारत में कृषि विपणन* (5वाँ संस्करण). ऑक्सफोर्ड एवं आई.बी.एच. प्रकाशन क., नई दिल्ली। ISBN: 9788120417557.
https://books.google.com/books/about/Agricultural_Marketing_in_India.html?id=II0-mgEACAAJ
2. अनन्तम आई.ए.एस. (2026). *पी.एम.-किसान योजना: किसानों हेतु प्रत्यक्ष आय सहायता*. <https://anantamias.com/pm-kisan/>



3. चन्द, आर. (2017). *किसानों की आय दोगुनी करना: तर्काधार, रणनीति, संभावनाएँ एवं कार्य-योजना*. नीति नीति-पत्र संख्या 1/2017, नीति आयोग, भारत सरकार, नई दिल्ली। <https://www.niti.gov.in/sites/default/files/2019-08/DOUBLING%20FARMERS%20INCOME.pdf>
4. वित्त मंत्रालय. (2026). *आर्थिक सर्वेक्षण 2025-26: सांख्यिकीय परिशिष्ट, तालिका 1.18 — तीन सर्वाधिक उत्पादक राज्यों में प्रमुख फसलों का उत्पादन*. भारत सरकार, नई दिल्ली। <https://www.indiabudget.gov.in/economicsurvey/doc/stat/tab1.18.pdf>
5. गुलाटी, ए., कपूर, डी., एवं बूटोन, एम. एम. (2020). भारतीय कृषि में सुधार. *आर्थिक एवं राजनीतिक साप्ताहिक*, 55(11), 35–42. <https://www.epw.in/journal/2020/11/special-articles/reforming-indian-agriculture.html>
6. इन्वेस्ट यू.पी. (2024). *कृषि एवं खाद्य प्रसंस्करण*. उत्तर प्रदेश सरकार, लखनऊ। <https://invest.up.gov.in/agriculture-food-processing/>
7. जैक्स, एल. एम., सिंह, एन., वेलुगुरी, डी., कॉनर्स, के., सूरज, ए., कालरा, ए., अवस्थी, ए., एवं ज्ञान जे.पी., ए. (2025). उत्तर प्रदेश, भारत में किसान उत्पादक संगठन की सदस्यता का फसल विविधता, घरेलू आय, आहार विविधता एवं महिला सशक्तीकरण के साथ सहसंबंध. *पी.एल.ओ.एस. वन*, 20(3), e0319704. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0319704>
8. कृषि एवं कृषक कल्याण मंत्रालय. (2024). *पी.एम.-किसान: 18वीं किस्त का विमोचन*. प्रेस सूचना ब्यूरो, भारत सरकार, नई दिल्ली। <https://www.pib.gov.in/PressNoteDetails.aspx?NoteId=153249>
9. कुमार, एस., कुमार, आर., मीना, पी. सी., एवं कुमार, ए. (2023). भारत में किसान उत्पादक संगठनों (एफ.पी.ओ.) के निष्पादन के निर्धारक एवं उनके सम्मुख आने वाली बाधाएँ. *भारतीय कृषि प्रसार शिक्षा पत्रिका*, 59(2), 1–5. <https://acspublisher.com/journals/index.php/ijee/article/view/9456>
10. कुमार, एस., एवं पंत, एस. सी. (2020). किसानों के लिए ई-नाम प्रक्रिया के लाभ — एक अध्ययन. *एशियाई कृषि प्रसार, अर्थशास्त्र एवं समाजशास्त्र पत्रिका*, 38(11), 78–84. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2020/v38i1130458>
11. कुमार, एम. (2024). भारत में न्यूनतम समर्थन मूल्य, कृषि-समस्याएँ एवं किसान आन्दोलन. *भारतीय लोक प्रशासन पत्रिका*, 70(4), 803–820. <https://doi.org/10.1177/00195561241276897>
12. मुखर्जी, डी. एन., एवं वासुदेव, एन. (2014). हैदराबाद नगर में रायतु बाजारों (प्रत्यक्ष विपणन) के विपणन निष्पादन का आर्थिक विश्लेषण. *आर्थिक मामले*, 59(4), 621–628. <https://doi.org/10.5958/0976-4666.2014.00037.5>
13. राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय. (2021). *ग्रामीण भारत में कृषक परिवारों की स्थिति का मूल्यांकन एवं भू एवं पशुधन धारण सर्वेक्षण, 2019* (एन.एस.एस. रिपोर्ट संख्या 587, 77वाँ दौर). सांख्यिकी एवं कार्यक्रम कार्यान्वयन मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली। https://www.mospi.gov.in/sites/default/files/publication_reports/Report_587m_0.pdf
14. परमार, बी., एवं बंसल, पी. (2025). भारत में ई-नाम की स्थिति एवं निष्पादन: एक सिंहावलोकन. *एशियाई कृषि प्रसार, अर्थशास्त्र एवं समाजशास्त्र पत्रिका*, 43(3), 84–102. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2025/v43i32703>
15. पटेल, एस., कुमार, आर., एवं सिंह, ए. (2020). उत्तर प्रदेश, भारत के अयोध्या क्षेत्र के ग्रामीण बाजार में कृषि उत्पादों के आपूर्ति शृंखला प्रबंधन का अध्ययन. *अंतर्राष्ट्रीय प्रबंधन पत्रिका*, 11(11), 1925–1937. <https://www.academia.edu/126392893/>



16. पिंगाली, पी., एगर, ए., अब्राहम, एम., एवं राहमन, ए. (2019). *उभरते भारत हेतु खाद्य प्रणालियों का रूपांतरण*. पालग्रेव मैकमिलन, सिंगापुर। <https://doi.org/10.1007/978-3-030-14409-8>
17. राठौर, आर., एवं पंडा, एस. (2019). भारत में कृषि विपणन के बदलते परिप्रेक्ष्य. *अनुप्रयुक्त विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी अंतर्राष्ट्रीय अभिलेखागार*, 10(3), 16–20. https://soeagra.com/iaast/iaast_september2019.html
18. साहा, एस., सिन्हा, सी., एवं साहा, एस. (2024). भारत में कृषि विपणन: चुनौतियाँ, नीतियाँ एवं राजनीति. *भारतीय लोक प्रशासन पत्रिका*, 70(1), 156–172. <https://doi.org/10.1177/22779787231209169>
19. सिंह, डी. के., एवं अहमद, एच. (2011). *उत्तर प्रदेश में कृषि विपणन में उभरते विपणन माध्यमों का प्रभाव*. कृषि-आर्थिक शोध केंद्र, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, प्रयागराज। <https://www.allduniv.ac.in/ckfinder/userfiles/files/2011-Impact-of-Emerging-Marketing-Channels-in-Agricultural-Marketing-in-Uttar-Pradesh.pdf>
20. त्रिवेदी, पी. के., अली, एम., एवं सतपाल. (2023). उत्तर भारत में किसान उत्पादक संगठन: संभावनाएँ एवं चुनौतियाँ. *एशियाई एवं अफ्रीकी अध्ययन पत्रिका*. <https://doi.org/10.1177/09730052221107730>

Cite this Article:

ऋषिेश्वर सिंह¹, डॉ. ऐमन फातिमा², डॉ. सोनल श्रीवास्तव³, डा० राजेंद्र बहादुर सिंह उदारीकरण युग में ग्रामीण उत्तर प्रदेश की कृषि विपणन व्यवस्था का मूल्यांकन: अयोध्या मण्डल का अध्ययन” The Research Dialogue, Open Access Peer-reviewed & Refereed Journal, Pp-184–191, Volume-05, Issue-01, April-2026, <https://theresearchdialogue.com/>



This is an Open cess Journal / article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License CC BY-NC-ND 3.0) which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. All rights reserved.

RESEARCH
DIALOGUE

Manifestation Of Perfection



CERTIFICATE

of Publication

This Certificate is proudly presented to

ऋषिश्वर सिंह¹, डॉ. ऐमन फातिमा², डॉ. सोनल श्रीवास्तव³

For publication of Research Paper title

उदारीकरण युग में ग्रामीण उत्तर प्रदेश की कृषि विपणन व्यवस्था का
मूल्यांकन: अयोध्या मण्डल का अध्ययन

Published in 'The Research Dialogue' Peer-Reviewed / Refereed Research Journal
and E-ISSN: 2583-438X, Volume-05, Issue-01, Month April, Year-2026, Impact
Factor (RPRI-4.73)

Dr. Lohans Kumar Kalyani
Editor- In-chief



Dr. Neeraj Yadav
Executive-In-Chief- Editor

Note: This E-Certificate is valid with published paper and the paper
must be available online at: <https://theresearchdialogue.com/>