



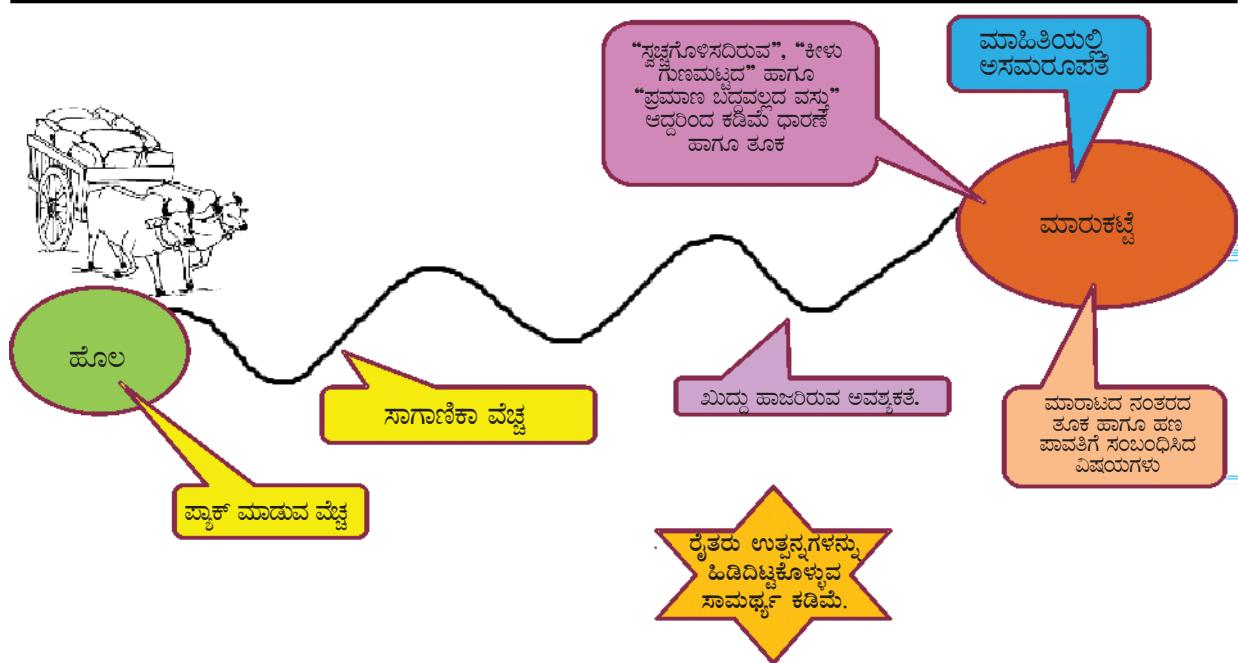
ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ಪರಿ - 2013



ನಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ
ಕರ್ನಾಟಕ ನರಸಿಗ್ಹ

ಕರ್ನಾಟಕ ಸುಧಾರಣೆ ಸಮಿತಿಯ ವರದಿ – 2013.

ರೈತನ ಪ್ರಯಾಣ



ಕರ್ನಾಟಕ ಸುಧಾರಣೆ ಸಮಿತಿ.

ಪರಿವಿ

1.	ಕೃತಜ್ಞತೆ.	I - II
2.	ಸಾರಾಂಶ.	A-F
3.	ವೀರಿಕೆ.	1
4.	ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಿತಿ.	3
5.	ಸುಧಾರಣಾ ಉಪ ಕ್ರಮಗಳ ಚಾಲನೆ.	9
6.	ಮಾತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ.	13
7.	ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ.	21
8.	ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ.	25
9.	ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು.	31
10.	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ.	35
11.	ಭಾಗೀದಾರರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೃದ್ಧಿ.	41
12.	ನಿಯಂತ್ರಣದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ.	43
13.	ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳ ಸಾರಾಂಶ.	45
14.	ಘೋಷೇಗಳು.	

ಪ ರ ವಿ ದಿ

7515.	ಅನುಭಂದ - 1. ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ನಡಾವಳಿ.	49
16.	ಅನುಭಂದ - 2. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಮತ್ತು ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು.	51
17.	ಅನುಭಂದ - 3. ಕರ್ನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರ ಅನುಸಾರ ಫೋಂಟ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು.	52
18.	ಅನುಭಂದ - 4 ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು .	54
19.	ಅನುಭಂದ - 5. 2009-10 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರೆಗೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರ್ಚಿಕ ಆವಕ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳ ವಿವರಗಳು	55
20.	ಅನುಭಂದ - 6. 2007-08 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರೆಗೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯೆ.	59
21.	ಅನುಭಂದ - 7. ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಚೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು.	65
22.	ಅನುಭಂದ - 8. 2013ರ ಏಪ್ರೀಲ್ 30 ರಲ್ಲಿದ್ದಂತೆ ಅಂತರ್ಜಾರಲದ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸಜ್ಜಗೊಳಿಸಲಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು.	66
23.	ಅನುಭಂದ - 9. ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು.	67
24.	ಅನುಭಂದ - 10 ಸಮಿತಿಯ ಸಭೆಗಳು ಹಾಗೂ ಕ್ಷೇತ್ರ ಭೇಟಿಗಳ ತಃಖ್ಯೆ.	74

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ಸಮಿತಿ, 2013

ಆರ್. ಮನೋಹರ್,,
ಅಧ್ಯಕ್ಷರು

ಪಿ. ಆರ್. ಶಿವಪ್ರಸಾದ್.

ಗೋಪಾಲ್ ನಾಯಕ್.

ಎಂ.ಎಸ್. ಜಯರಾಂ.

ಆರ್.ಎನ್.ಚಿಂತಾರಾಜು.

ಬಿ.ಕೆ.ಗೋಪಾಲನ್ಯಾ.

ಹೆಚ್.ಎಸ್.ನಾಗರಾಜಯ್ಯ.

ಕರ್ತವ್ಯ

ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ಸಮಿತಿಯು ರೈತರು, ರೈತ ಸಂಘಟನೆಗಳು, ದಲ್ಲಾಲರು, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಸಂಸ್ಥರಣೆದಾರರು, ಉಗ್ರಾಜರು ಒಂದಿಗೆ ಕೂಡಿಸುವವರು, ಉತ್ತರಾಂಗ ಗುಣನಿಯಂತ್ರಣಾದಾರರು, ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು, ಶಿಕ್ಷಣ ತಜ್ಞರು, ಕೃಷ್ಣ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಪರಿಣಿತರು, ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಪರಿಣಿತರು, ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅನುಭವ ಇರುವವರು, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷ್ಣ ಉತ್ತರಾಂಗ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷ್ಣ ಉತ್ತರಾಂಗ ಸಹಕಾರ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಹಾಗೂ ಕೃಷ್ಣ, ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಹಾಗೂ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಗಳ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸುವ ಸದವಕಾಶವನ್ನು ಪಡೆದಿತ್ತು.

ಸಮಿತಿಯು ಈ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ನೀಡಿದ ಇವರೆಲ್ಲರ ಕೊಡುಗೆ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅವರೆಲ್ಲರಿಗೂ ಸಮಿತಿಯು ಕೃತಜ್ಞವಾಗಿದೆ. ಉತ್ತರಾಂಗ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ, ಮೌಲ್ಯಾದ ಹಾಗೂ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿರುವ ಕನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯವರಾದ ಶ್ರೀ ಜಿ. ಎ. ಕೃಷ್ಣರಾವು ರವರಿಗೆ ಸಮಿತಿಯು ಅತ್ಯಂತ ಆದರ್ಮಾವಾಕ ವಂದನೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುವ ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಅವರ ವ್ಯೇಯಕ್ತಿಕೆ ಬಧ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ಈ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಭಾರತೀಯ ಆಡಳಿತ ಸೇವೆಯ ಕನಾಟಕ ಪ್ರೇರಣೆಯ ಅಧಿಕಾರಿ ಹಾಗೂ ಪ್ರಸ್ತುತ ಎನ್.ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಹಾಗೂ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಕ ಅಧಿಕಾರಿಯೂ ಆಗಿರುವ ಶ್ರೀ ಆರ್. ರಾಮಶೇಷನ್.., ಇವರಿಗೆ ಸಮಿತಿಯು ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಅವರು ನೀಡಿರುವ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಂಬಲ ಹಾಗೂ ಅತ್ಯಮೂಲ್ಯ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಸಮಿತಿಯು ತನ್ನ ಕೃತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ಈ ಮೂಲಕ ದಾಖಲಿಸಬಯಸುತ್ತದೆ.

ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ ಎಸ್. ಶಂಕರನಾರಾಯಣರವರು ಸಮಿತಿಯ ಸಭೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಿರಂತರ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಅತ್ಯಂತ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ಬೆಂಬಲಕ್ಕೆ ಸಮಿತಿಯು ಆಭಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆ, ಕೃಷ್ಣ ಇಲಾಖೆ, ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಹಾಗೂ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯ ಎಲ್ಲ ಹಿರಿಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೂ ಅವರ ಸಲಹೆಗಾಗಿ ಸಮಿತಿಯು ವಂದನೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಾಸಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅನುಭವನಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡಂತಹ ಕೃಷ್ಣ ಉತ್ತರಾಂಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳಿಗೂ ಸಮಿತಿಯು ವಿಶೇಷವಾದ ಕೃತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ವ್ಯೇಯಕ್ತಿಕೆ ಆಸ್ತಕ್ಕಿಷಿಪಿಸಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಶ್ರದ್ಧೆ ಹಾಗೂ ಉತ್ತರಾಂಗದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಸಮಿತಿಯ ಎಲ್ಲ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ನಾನು ಆಭಾರಿಯಾಗಿದ್ದೇನೆ. ಸಮಿತಿಯ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿ ಅತ್ಯಂತ ಉಪಯುಕ್ತವಾದ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿದ ಹಾಗೂ ಅತ್ಯಮೂಲ್ಯ ಸಮಯವನ್ನು ಸಮಿತಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಾಗಿ ಮೇಸಲಿರಿಸಿದ ವಿಶೇಷ ಆಹ್ವಾನಿತರಿಗೆ ನಮ್ಮ ವಿಶೇಷ ಕೃತಜ್ಞತೆಗಳು.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿಯ ಪ್ರಧಾನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಾದ ಡಾ॥ ಕೆ. ಎ. ಮಹಾಬಲಿಗಿರಿ ಭಟ್ಕೌ. ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಾದ ಶ್ರೀ ಎಸ್. ವಿನಾಯಕಸುಂದರ್‌, ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯ ಅದೀನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯಾದ ಶ್ರೀ ಇ. ಪಾಪಣಿ ಹಾಗೂ ಶಾಖಾಧಿಕಾರಿಯಾದ ಶ್ರೀ ಏ. ಶಿವಪ್ರಕಾಸ್., ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಉತ್ಸಾಹದಿಂದ, ವಿವಿಧ ತಾಂತ್ರಿಕ, ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಿರುವುದಕ್ಕೆ ನನ್ನ ಮೆಚ್ಚುಗೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಕೃತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಅಂತಿಮ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾದಂತಹ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರ ಕಾರ್ಯಗಾರವನ್ನು ಸಂಘಟಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದ ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್ಮೆಂಟ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಸಮಿತಿಯು ಆಭಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಅಂತಿಮವಾಗಿ, ಸಮಿತಿಯ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಈ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಹಾಗೂ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಸಹಕರಿಸಿದ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸಮಿತಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷನಾಗಿ ನನ್ನ ಕೃತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಆರ್. ಮನೋಹರ್

ಅಧ್ಯಕ್ಷರು.

15ನೇ ಮೇ, 2013.

ಸಂ ರಾಂತ್ರ

ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಬಂದಾಗಿನಿಂದಲೂ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿಯಾಗಿತ್ತು. ಹೆಚ್ಚು ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ ಬೀಜಗಳ ಮಾರ್ಕೆಟ್, ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಕೀಟಗಳ ಹತೋಟಿ ಮತ್ತು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಕೃಷಿ ಪರಿಕರಗಳ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಮಾಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಅವಾರಧಾನ್ಯಗಳು, ವಾರೊಜ್ಜು ಬೆಳೆಗಳು, ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಸಹಾಯವಾಯಿತು. ಅದರೆ, ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಇದಕ್ಕನುಗೂಣವಾಗಿ ಕೊಯ್ಲೊತ್ತರ ನಿರ್ವಹಣೆ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಆಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆಧುರಿಂದ, ಮಾರಲಹ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಸಮರ್ಥ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಒದಗಿಸುವುದನ್ನು ಒಂದು ಸರಾಳಾಗಿ ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾಳಜಿಯು ಘೆಕ್ಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರವು ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ತಂದಿರುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಟ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಲವಾರು ಸಮೀಕಿಂಗ್‌ ಹಲವಾರು ಶಿಫಾರಸ್ಗಳನ್ನು ಮಾಡಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಕೊಡುವ ಹಣದಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲು ಸೇರುವ ದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಆಧುನಿಕರಿಸುವ ಹಾಗೂ ಮನ್ಯಾತನಗೊಳಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿಯು 1926ರಲ್ಲಿ ರಚಿಸಿದ ಕೃಷಿ ಮೇಲಿನ ರಾಯಲ್ ಆಯೋಗ ದಿಂದಲೇ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಲವು ರಾಜ್ಯಗಳು ರೈತರ ಹಿತರಕ್ಕೆಯೆಲ್ಲ ಉದ್ದೇಶಿಸಿದೆ 1960ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಶಾಸನಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತರಿದವು. ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಟವಾಗಿ ರೈತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಕಡವೆ ಧಾರಣೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೊಯ್ಲೊತ್ತರ ನಷ್ಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸರಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸಾಫ್ಟೀಸುವುದಕ್ಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕಾರ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಕೈಗೊಂಡವು. ಅದರೆ, ಸಮರ್ಥ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು

ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣವು ಸೀಮಿತ ಯಶಸ್ವಿ ಸಾಧಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು. ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣ, ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ರೈತರು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಮಾರಾಟ ಪಾಲುದಾರರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಸಮರ್ಥ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಬದಲಾಗಿ ಆದಾಯ ಸಂಗ್ರಹಣೆಗೆ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸಮಿತಿಯು ಪ್ರಚಲಿತವಾದ ಎಲ್ಲ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಜಚಿಸಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಳವಡಿಕೆ :

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವುದೆಂದರೆ, ಪಾರದರ್ಶಕವಾದ ಸಮಗ್ರ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗಿದಾರರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು. ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಳವಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವುದು, ಮಾರಾಟದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗುರುತನ್ನು ನೀಡಿ ಅದರ ಹರಿವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಉತ್ಪನ್ನದ ಗೂಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣದ ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದನ್ನು ಪ್ರಕಟಾ ಪಲಕದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದ್ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ದಾಖಲಾತಿ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆವಕ ಮತ್ತು ಜಾವಕಗಳ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು, ಮಾರಾಟ ನಂತರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತೂಕ, ಹಣ ಪಾವತಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಸಮಗ್ರವಾಗಿ ಹೊಂದಾಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿ :

ಸದ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿರುವ ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಆವಕವಾದಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಪಾಲೆಗ್ಗೆಳುವವರಿಗೆ ಒದಗಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ರಾಶಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ

ಹೆಚ್ಚಿನ ಖರೀದಿದಾರರು ಹರಾಜೆನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಸಮನಾದ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತಂದಿರುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಈಗ ಅಳವಡಿಸಿರುವ 22 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ರಾಜ್ಯದ ಇನ್ನುಳಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೂ ಸವ ಅಳವಡಿಸುವಂತಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ತನ್ನೂಲಕ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತಂದು ಸುಧಾರಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ನಿರ್ದರ್ಶನೆಯಾಗಬೇಕಿದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾದರಿ ಪಡೆಯುವುದು ಹಾಗೂ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಮಾಡುವುದು :

ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತಪಾಸಣೆ ಮಾಡದೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿದಾಗ (ಮುಂದೆ ಚರ್ಚೆಸಲಾಗುವುದು) ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು, ಅವುಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಡಲು ಸ್ಥಳಾವಕಾಶ, ಸೂಕ್ತ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆಗೂ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಮೇಲಾದವುಗಳನ್ನೇಂಳಗೊಂಡ ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ಪರೀಕ್ಷೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಅವಕಾಶಿಸಲಿ ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಒದಗಿಸಲು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು ಹಾಗೂ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಮಾಡಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವ ಇರುವ ಖಾಸಗಿ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಆಪ್ನಾನಿಸಿ ಸದರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಿ, ಸ್ವಾಮಿತ್ವ ಪಡೆದು, ಚಟುವಟಿಕೆ ನಡೆಸಿ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ (BOOT Basis) ಆಪ್ನಾನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ 12 ತಿಂಗಳಾಗಲಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು. ಇನ್ನುಳಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗೀದಾರರಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲರೂಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚನೆ ಮಾಡಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರ್ದಾರವನ್ನು ಮತ್ತು ಪರೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕು.

ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ :

ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಮೋಫ್ಲುವರು ಸೂಕ್ತ ತೀವ್ರಾನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯಕವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿಂತಹ, ಅವರಿಗೆ ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ ಎಂದರೆ, ರೈತರಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಪ್ರಾಂತ್ಯ ಅಥವಾ ದೇಶದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿರುವ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ. ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸದ್ಯದಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯ

ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸುವದಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದರೂ ಇಂತಹ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು ಬೆಲೆ ಪ್ರಸಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರಬೇಕು. ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ರಾಶಿಯ ದೃಷ್ಟಿಕೃತ ಗುಣಮಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣದ ವಿವರಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಸಮಂಜಸವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಹರಾಜು ನಂತರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು :

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾಣಿಗೊಳಿಸಲು ತನ್ನದೇ ಆದಂತಹ ಕೊಯ್ಲುನಂತರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಎರಡು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದವುಗಳಾಗಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ; ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತೂಕ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಜೀಲಗಳಿಗೆ ತುಂಬಿವುದು ಹಾಗೂ ಅದರ ನಂತರ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಲೆಕ್ಕ ತೀರುವಳಿ ಪಟ್ಟಿ ನೀಡುವುದು ಹಾಗೂ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದು. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನ ರಾಶಿಗೆ ತೂಕದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕೈಯಿಂದ ದಾಖಲಿಸುವಂತಿರಬಾರದು. ಯಾಂತ್ರೀಕೃತ ದಾಖಲೆಯಿಂದ ಮಾನವ ಶ್ರಮದಿಂದ ದಾಖಲಿಸುವುದರಿಂದಾಗುವ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಮುದ್ರಿತ ಪ್ರತಿ ಪಡೆಯುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಳೆರಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೆಲ್ಚು ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕುವುದಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವರದಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಯಾವುದೇ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂಪರ್ಕದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅದೇ ರೀತಿ, ರೈತರಿಗೆ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಹಣ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಖರೀದಿದಾರರು ಅಥವಾ ದಲ್ಲಾಲರು ನೀಡಬೇಕಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೆಲ್ಚು ದಿನದಿಂದ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಖರೀದಿದಾರರು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಥವಾ ಸಕಾರದ ಖಾತೆಗೆ ದಾಖಲಿಸಲು/ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ :

ಒಂದೇ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಮಾರಕವಾಗಿ ಹೊಲಿಕೆ ಸಮೀಪವಿರುವ ಉಗ್ರಾಳಿಗಳಾಂದಿಗೆ ಸಂಯೋಜನೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಧಾರಣೆ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ದಿನದಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತೆ ಮೂರ್ಕೆ ಹಾಗೂ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಹಾಗಾವಾಗಿ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ದಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಮಾಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ಧಾರಣೆ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದಾಗ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹೆಚ್ಚಿ ಮೂರ್ಕೆಯಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಧಾರಣೆ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದಾಗ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೂರ್ಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಬೇಕು ಅಥವಾ ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವ ಬೇರೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕೆಯಾಗಬೇಕು. ತನ್ನೂಲಕ “ಒಂದೇ ಬೆಲೆ ನೀತಿ” ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಬೇಕು.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಯೋಜನೆ ಮಾಡಿ ದೂರದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗಿದಾರರು ಭಾಗವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ಸದರಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತೀಳಿಸುವುದು, ಮಾರಾಟದ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಲೇವಾರಿ ಮತ್ತು ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಜಕ್ಕೆ ಮೊದಲನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಲ್ತ್ಯಾವೆಕ್. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಡೀ ಪ್ರದೇಶದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೇಡೆ ಬೇಡಿಕೆ, ಮೂರ್ಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬೆಲೆ ನಿರ್ದಾರಿಸಬಹುದೆ ಮತ್ತು ಸಾಗಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚೆಗಳನ್ನೀರುವಾಗಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಿ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡುವ ಕಾರ್ಯ ಪ್ರಮುಖವಾದುದು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆವಕಗಳ ಮಾದರಿ ತೆಗೆಯುವುದು, ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದ ಕಾರ್ಯಗಳಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಬೇಕಾಗುತ್ತವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾದರಿ ಪಡೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವವಿರುವ ಖಾಸಿಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ ಇವುಗಳ ಮೂಲಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿ-ಸ್ಥಾಪಿತ ಹೊಂದಿ-ನಿರ್ವಹಿಸಿ-ವರ್ಗಾವಳೆ ಮಾಡುವ (BOOT Basis) ಅಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಫ್ಟ್‌ಪನೆ :

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಅದಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತಿರುವ ಹಾಗೂ ಆ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ, ಉಗ್ರಾಗಳ ಜೊಲೆಗೆ ಈಗಿರುವಂತಹ ಇತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಾಗಿ ವ್ಯವಹರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರ್ಯಾತರು ಹತ್ತಿರದಲ್ಲಿರುವ ಉಗ್ರಾಗಳ ಮೂಲಕ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಇರುವ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದಾಗಿ ವಿಸ್ತೃತವಾದ ಮೂಲ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ವಧಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ.

ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣೆಯಾಗಿರುವ ಉಗ್ರಾಗಿ ಸ್ವಯಂ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಲೆಕ್ಕೆ ಪದ್ಧತಿ ಇರುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇರಬೇಕು. ಇದು ಸಂಗ್ರಹದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ, ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಇರುವಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತೀಳಿಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ, ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ವರಾಜು ಇಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ, ಮಾರಾಟ ಆದ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನ ಖರೀದಿದಾರಿಗೆ ವರ್ಗಾವಳೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವ ಇನ್ನಿತರೆ ಎಲ್ಲ ಬೆಂಬಲಾತ್ಮಕ ತೀಳಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆಧಾರದ ಹಣಕಾಸಿನ ಸೌಲಭ್ಯ :

ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಉಗ್ರಾಗಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ವಿಟರೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಾಲ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಸಾಲ ನೀಡಿದ್ದಕ್ಕೆ ಆಧಾರವಾಗಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೇಲೆ ಸಾಲ ನೀಡಿದ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಭದ್ರತೆಯಾಗಿ ನೀಡಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಾಲ ಪಡೆದವರು ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಲೆಕ್ಕೆ ಜಮಾ ಮಾಡುವ ಬಗ್ಗೆ ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಒಬ್ಬಿಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದ ನಂತರವೇ ಅಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ದೊರೆಯುವಂತೆ ದಾವಿಲೆಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದಾಗಿ ಉಗ್ರಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸಿನ ಸೌಲಭ್ಯ ದೊರೆಯುವುದರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಗ್ರಹಣದ ಮೂಲಕ ಅವರ ಸಾಮಧ್ಯ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒತ್ತಡಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಿಸುವುದು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹ ವಿಷಯ. ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ವರ್ಥ ವರ್ವಾಹವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಿರುವ ಎಟಿಎಂಸಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಮಾರಕವಾಗಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ನೀತಿಯ ಮೂಲಕ ಮೈಲ್ತಾಪಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುವ ಸೇವೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿದಿಸಬೇಕೆಂದು ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಪಾವತಿಸಬೇಕೆನ್ನುವುದು ರಿಂದ ಪಕ್ಷಪಾತ ಮಾಡಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕದಿಂದ ವಿನಾಯಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಖಾಸಗಿಯವರ ಪ್ರಯತ್ನವು ಸಾಮಧ್ಯವುಳ್ಳದ್ದಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ತನ್ನೂಲಕ ಹೆಚ್ಚು ಬಂದವಾಗ ಆಕಾರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಬೆಲೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ರ್ಯಾತರು ಸುತ್ತುಮುತ್ತಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಧಾರಕೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದು ಒಂದೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಬದಲಾಗಿ ಬೇರೆ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕೆನ್ನುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ತೀಮಾನವನ್ನು ಕೈಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಆಗುವಂತಹ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವೆಚ್ಚೆಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ ಮನಗೆ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ತೀಮಾನಕ್ಕೆ ಬರಲು ಅವರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ ಸುಧಾರಣೆಯಾದಂತೆ ಕೆಲವು

ಅವಧಿಯ ನಂತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ರೈತರ ಮನೆ ಬಾಗಿಲಿನ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಧಾರಣೆಯ ವ್ಯಾಪಾರಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬಲ್ಲದು.

ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಖೆಗಳನ್ನು :

ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸಿ ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಸಂಸ್ಥರಳೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದಾದ ಸಾಮಧ್ಯವಿರುವ ಹಾಗೂ ಆಸ್ತಕ್ವಿರುವ ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಖಾರ, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಖಾರ ಮತ್ತು ಇರೆ ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಖೆಗಳನ್ನು ಮೇಲೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ರೈತರು ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಬೇಕಾದರೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸುವವರ (Aggregators) ಪಾತ್ರವನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸುವವರು ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಸೇವೆಗಳಾದಂತಹ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ವರ್ಗೀಕರಣ, ಸ್ವಚ್ಚಗೊಳಿಸುವುದು, ಪ್ರಯೋಜನ ಮಾಡುವುದು, ತೂಕ ಮಾಡುವುದು, ಲೇಬಲ್ ಹಾಕುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿತ್ತೀ ನೀಡುವುದು, ಉಗ್ರಾಳಣಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸಾಕಾರೆಕೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೈಗೆತ್ತಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಖೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮೇಲೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಸದರಿ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಿಡ್ದಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ :

ರೈತರ ಹಂತದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಂತದವರೆಗಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ದೀರ್ಘ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಮಾರಾಟ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟದ ಈ ದೀರ್ಘ ಸರಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಲವು ಕೇಗಳನ್ನು ದಾಟಿ ಹೊಗುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾರಾಟ ಸರಪಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಒಂದು ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಬೇರೊಂದು ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಒಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಇನ್ನೊಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ರೈತರನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಒಳಪಡಿಸುವುದು ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಂದಾಗಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿಯ ಪ್ರಭಾವವು ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೇಲಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶ. ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವಂತಹ ಯಾವುದೇ ಬಳಿಕೆ ಅಥವಾ ಗೊಂದಲ ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲಾ ಆಗುತ್ತದೆ. ಬೇರೆ ರಾಜ್ಯಗಳ ಶಿರೀದಿದಾರರು ಶಿರೀದಿಸಿದ

ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿರುವ ಶಿರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತೊಂದರೆ ಉಂಟಿ ಮಾಡಿರುವ ಪ್ರಸಂಗಗಳು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿವೆ. ಆಧಿಕಿಕ ಸದ್ಯಧಾರಣೆ ಪ್ರಾಧಿಕಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಾಗಿ ಎಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವೋ ಹಾಗೂ ಅನುಕೂಲಕರವೋ ಅಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಬಿಂಬಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಸ್ವಜನೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಂಗ್ರಹಣೆಗಾಗಿ ಉಗ್ರಾಳಣಗಳು, ತೂಕದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ರೈತರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗಾಗಿ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಕಟ್ಟಡಗಳು ಇವೇ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಆಗಿರಬಹುದು. ಈ ಎಲ್ಲ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಈಗಿರುವಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅತ್ಯಾವಶ್ಯಕ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶ. ಆಧಿಕ ಬದಲಾವಣೆಯ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೂ ಸದ್ಯ ದೂರದ್ವಿಷಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ, ಬ್ರೂಟ್‌ಡ್ರೋ ಹಾಕುವುದು, ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಜೀವಿತರೆ ಮುಂದೆ ಬಿಂಬಿಸುವಂತಹ ಯಾವುದೇ ಸುಧಾರಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಸಬೇಗಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಹಾಗೂ ಸಾಮಧ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ :

ಸಮರ್ಥ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ರೈತರು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಾಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆಯ ವರ್ತನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ವೇಪುಣ್ಣತೆಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಕ್ಲಿಪ್‌ಕರ್ತರಾದ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಕುರಿತು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಕಾನೂನುಗಳಾದ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಶಾಸನ, 2006 ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಳಣ (ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ) ಶಾಸನ, 2007, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಪ್ರಗತಿ, ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಸ್ವಧಾರತ್ತಕ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ಮಾಡಿತ್ತಿರುವುದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕ ಹೊಂದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರಾಟ ಸರಪಣೆಯಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಹೊಸ ಸಲಕರಣೆಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವಂತೆ ತಯಾರಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ನಿಯಂತ್ರಣಾದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು :

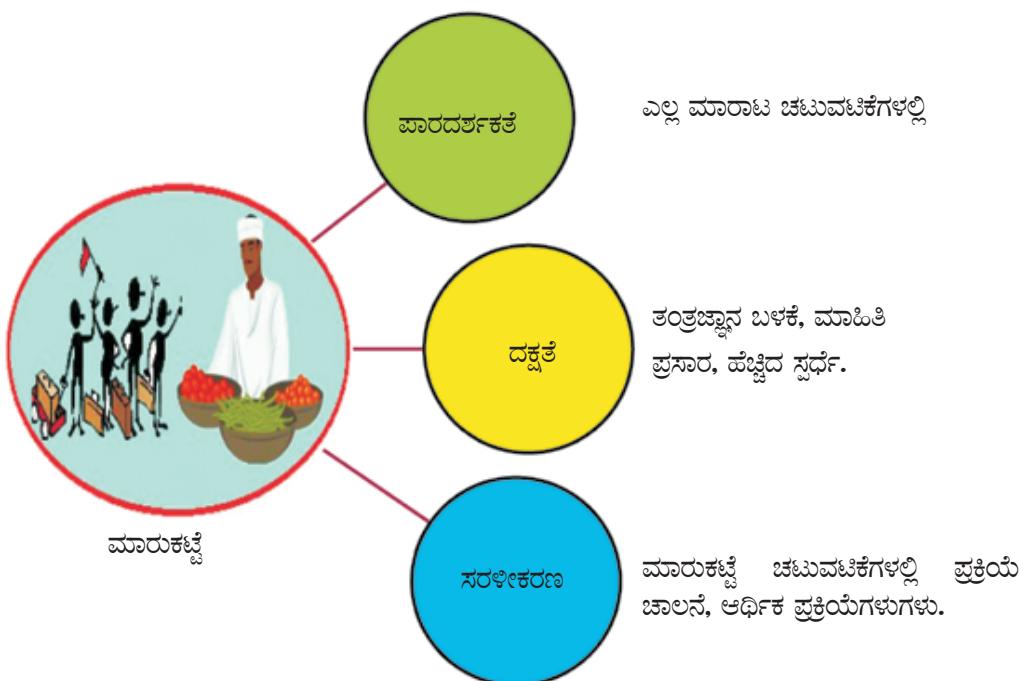
ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರ ಅನುಸಾರ ನಿಯಂತ್ರಣ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ರಾಜ್ಯಸರ್ಕಾರ, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಮತ್ತು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಹೊಂದಿವೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಜವಾಖ್ಯಾರಿಗಳನ್ನು ಸಹ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮತ್ತು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಣಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ ಎಂದು ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಚಿವರುಗಳ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ.

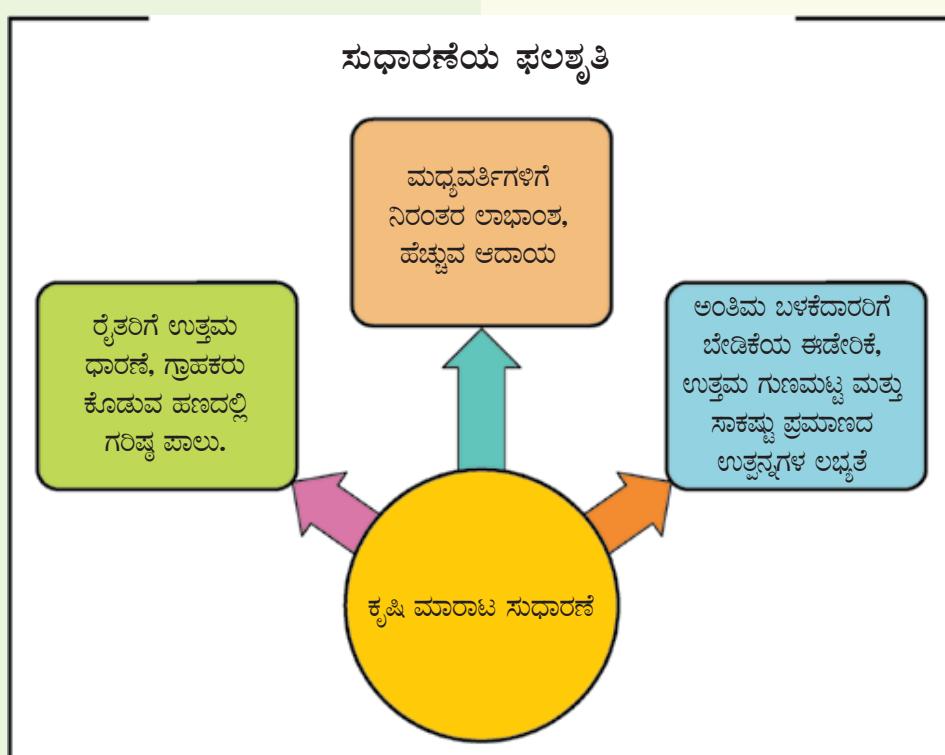
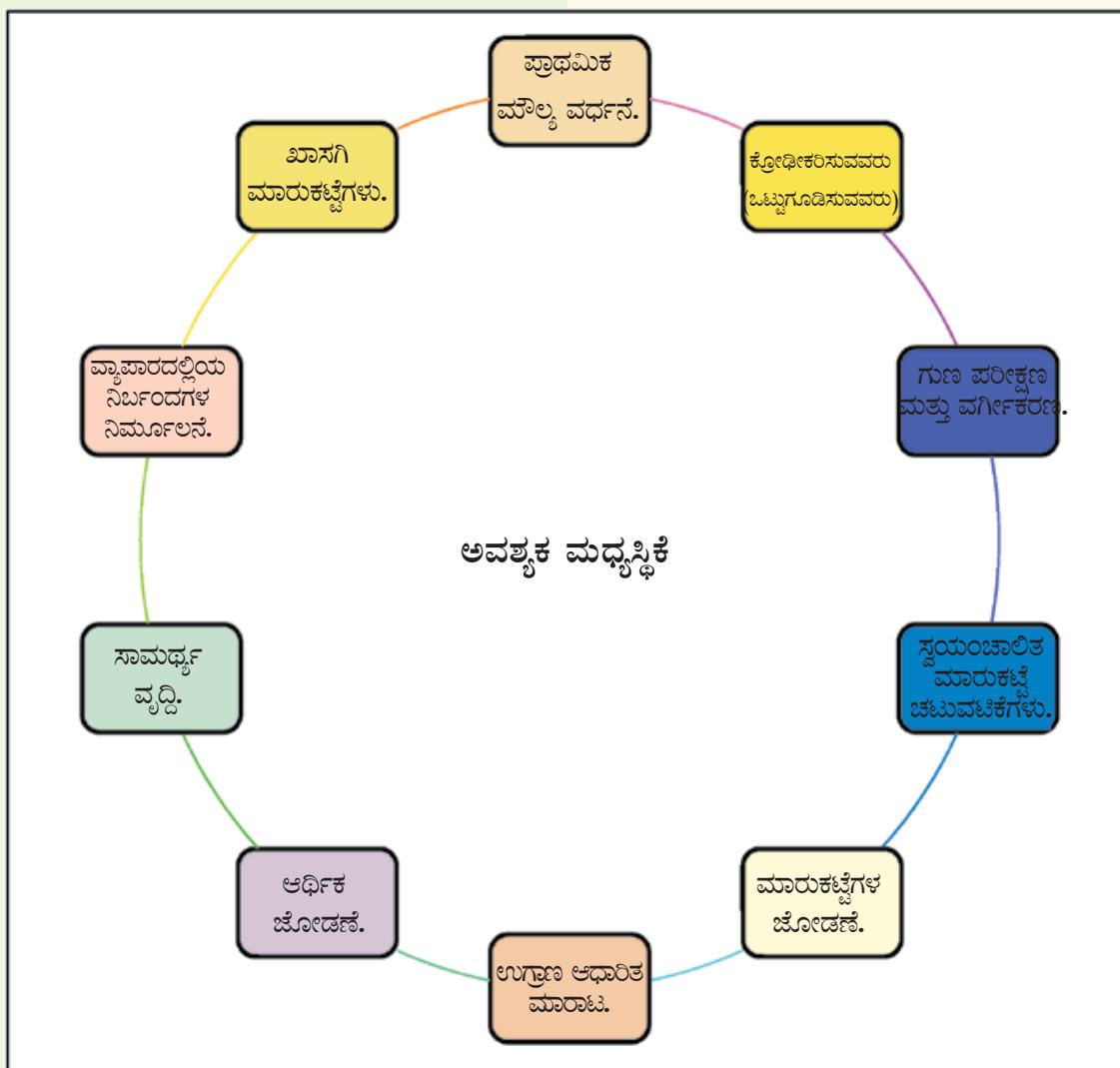
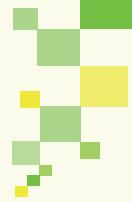
ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ) ಶಾಸನ, ಎನ್ನುವ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಶಾಸನವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರಾಟ ನಿಯಂತ್ರಣ ಆಯೋಗವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವನ್ನಾಗಿ ರಚಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವು ಶಾಸನಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಣಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ ಎಂದು ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಚಿವರುಗಳ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ.

ನಿಯಮಾವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು, ಶಾಸನಿ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಹಾಗೂ ಪರವಾನಿ ನೀಡುವ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವು ಶಿಸ್ತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ನಡವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಸ್ಥಾರಾತ್ಮಕ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಕೆಮೆ ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಸಮಿತಿಯು ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿರುವ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಪರಿಣಿತರ ಅಭಿಪೂರ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಗೊಳಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವಿಧ ವಿಷಯಗಳಾದ ನಿರ್ಬಂಧರಂಪಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆ, ಸಾಮಾಜಿಕವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸುಲಭ ಸಂಪರ್ಕ ಮೊದಲಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಅಂತರಿಕ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರ ಜೊತೆ ನಡೆಸಿದ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ, ಆಯಾ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪರಿಣಿತರಲ್ಲಿ ಸಮಿತಿಯು ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲವುಗಳ ಪರಿಣಾಮವೇ ಈ ಪರದಿ. ಈ ಪರದಿಯು ಸರ್ಕಾರದ ಅವೇಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಮಾರ್ಪಡಿಸುತ್ತದೆಂದು ಸಮಿತಿಯು ಭಾವಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಾಗಿರುವುದು





ಪೀಠಿಕೆ

1.01. ಸಮಿತಿ ರಚನೆ :

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಲಾಗಿದೆ, ಆದರೂ ಬಹಳವು ಸಮಾಲುಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಕುಂದು—ಕೊರತೆಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಿದೆ. ಸುಧಾರಣೆ ಮಾಡುವುದರ ಮೂಲಕ ರೈತರು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಲಾಭವಾಗುವಂತೆ ನಿರ್ಬಂಧರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದು, ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುವ ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರರು ಅವರು ಉದ್ದೋಷಗಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಸ್ವರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಮಾರಾಟದ ಎಲ್ಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು, ಕೃಷ್ಣ ಉತ್ತನ್ಸುಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ಪ್ರಾಕೌಂಗ್ ಮತ್ತು ಗುಣ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯ. ಸರ್ಕಾರ ಹಾಗೂ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಾಂತ್ರಿಕ, ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯಗಳ ಮೂಲಕ ಇಂತಹ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಲವೆ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ ಸಾಧಿಸಲು ಹಾಗೂ ಸಮರ್ಥ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಣೆಗಾಗಿ ಮಾಡಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಆಗಿರುವ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡು ಅವಶ್ಯಕ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಆದೇಶ ಸಂಖ್ಯೆ/೯೫/ಎಂಆರ್ಓ/೨೦೧೩ ದಿನಾಂಕ : ೨೦.೦೩.೨೦೧೩ರ ಅನುಸಾರ ಒಂದು ಸಮಿತಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿರುತ್ತದೆ. ರೈತರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನವಾಗುವಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡನೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಕೃಷ್ಣ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವುದು ಸುಧಾರಣೆಯ ಒಂದೆಲೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಮಿತಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸದಸ್ಯರನ್ನೊಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

- | | |
|--|--------------|
| 1. ಶ್ರೀ ಆರ್. ಮನೋಜ್.., ಹೆಚ್‌ಪರಿ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ಸರ್ಕಾರ ಇಲಾಖೆ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಅಧ್ಯಕ್ಷರು. |
| 2. ಶ್ರೀ ಹಿ. ಆರ್. ಶಿವಪ್ರಸಾದ್.., ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಂ ನಿಗಮ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |
| 3. ಶ್ರೀ ಗೋಪಾಲ ನಾಯಕ್.., ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಐವಂಬಿ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |
| 4. ಶ್ರೀ ಎಂ. ಎಸ್. ಜಯರಾಮ್.., ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಕೃವಿ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |
| 5. ಶ್ರೀ ಆರ್.ಎನ್. ಚಾಮರಾಜ್.., ಹೆಚ್‌ಪರಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು(ಆಡಳಿತ), ಕೃಮಾಜ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |
| 6. ಶ್ರೀ ಬಿ. ಕೆ. ಗೋಪಾಲಯ್.., ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಥಾನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ಕರಾರ್ಕ್ ಮಾರ್ಪಂ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |
| 7. ಶ್ರೀ ಹೆಚ್.ಎಸ್.ನಾಗರಾಜಯ್.., ಜಂಟಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಸರ್ಕಾರ ಸಂಖಾರ, ಬೆಂಗಳೂರು. | - ಸದಸ್ಯರು. |

ಸರ್ಕಾರದ ಆದೇಶದ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ-1ರಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ತರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳನ್ನೊಂಡ ವ್ಯಾಪಕವಾದಂತಹ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸಮಿತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ, ಕನ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ನಿಗಮ, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆ, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ ಮತ್ತು ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್ಸಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದು ಮಾಡಿ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

1.02. ನಡಾವಳಿ :

2013ರ ಎಪ್ರಿಲ್ 2, 9, 15, 19 ಹಾಗೂ 30ರಂದು ಸಮಿತಿಯ ಇದು ಸಭೆಗಳನ್ನು ಜರುಗಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಸಮಿತಿ ಸದಸ್ಯರಲ್ಲಿ ಹಲವು ಆಂತರಿಕ ಸಭೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲಾಯಿತು. ದಿನಾಂಕ : 18.04.2013ರಂದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳ ಸಭೆಯನ್ನು ಜರುಗಿಸಲಾಯಿತು. ಸಮಿತಿಯ ಸಭೆಗೆ ವಿಷಯ ಪರಿಣಿತರನ್ನು ವೀಕ್ಷಣೆ ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕ ಕೆರೆಯಲಾಗಿತ್ತು. ಸಮಿತಿಯ ಸದಸ್ಯರು ವಿವಿಧ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ವಿಷಯ ಮಂಡನೆ ಮಾಡಿ ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಿದ ನಂತರ ಈ ವರದಿ ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಾರ್ತಿಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು.

1.03. ಅಧ್ಯಯನ ಭೇಟಿ :

ಸಮಿತಿಯ ಸದಸ್ಯರು ಆರು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಿಗೆ, ದಲ್ಲಾಲರ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ, ಮೂರು ಟಿ.ಎ.ಆರ್.ಸಿ.ಎಂ.ಆಸ್.ಗಳಿಗೆ, ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ನಿಗಮದ ಗೋದಾಮುಗಳಿಗೆ, ಎರಡು ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಮುಂಬ್ಯೇಯಲ್ಲಿರುವ ಒಂದು ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿ ಭೇಟಿ ನೀಡಿದ್ದರು.

1.04. ಭಾಗೀದಾರರ ಕಾರ್ಯಾಗಾರ :

ದಿನಾಂಕ : 02.05.2013ರಂದು ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್ಸಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್‌ದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಾಗಾರವನ್ನು ಏರಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಈ ಕಾರ್ಯಾಗಾರದಲ್ಲಿ ರೈತರು, ರೈತ ಸಂಘಟನೆಗಳು, ದಲ್ಲಾಲರು, ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು, ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ಬದಿಸುವವರು, ಗುಣ ಪರಿಕ್ಷೇತೆ ಮಾಡುವವರು, ಬ್ಯಾಂಕರ್ಗಳು, ಶಿಕ್ಷಣ ತಜ್ಜರು, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ಪರಿಣಿತರು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಪರಿಣಿತರು, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಯ ಪರಿಣಿತರು, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ, ಕೃಷಿ, ಗೋಟಗಾರಿಕೆ ಹಾಗೂ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಭಾಗವಹಿಸಿದ್ದರು.

ಭಾಗೀದಾರರ ಸಲಹೆ ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸದರಿ ಕಾರ್ಯಾಗಾರವನ್ನು ಏರಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಭಾಗಿಯಾಗಲು ಅವಕಾಶ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ಬಂಧಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಿ ಸ್ವಫ್ರೇಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅವಕಾಶ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆ, ಭಾಗೀದಾರರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೃದ್ಧಿ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಹಾಗೂ ಉಗ್ರಾಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಾಂತ್ರಿಕತೆ ಅಳವಡಿಕೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಜೋಡಣೆ, ಶಾಸನ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ತೀದ್ದುಪಡಿ ತರುವುದು ಮೊದಲಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಾಗಾರದಲ್ಲಿ ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಯಿತು. ಸದರಿ ಕಾರ್ಯಾಗಾರದಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬಂದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಿತಿ

2.01. ಹಿನ್ನೆಲೆ :

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿ 1930ರ ದಶಕದಿಂದಲೇ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿದ್ದ ಪ್ರಾಥಮಿಕವಾಗಿ ರೈತರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡುವುದು ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿತ್ತು. ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ರೈತರಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಗಾರೀಕಾ ವೆಚ್ಚ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟದ ಸರವಳಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೊಯೆಲ್ಲೋತ್ತರ ನಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣ ಮೊದಲಾದವರ್ಗಗಳನ್ನು ಪರಿಗಳಿಸಿದ ವಿವಿಧ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆ ಮತ್ತು ವರ್ತನೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೇ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು 1960ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಶಾಸನಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದುವು.

2.02. ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966 :

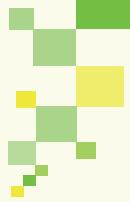
ದೇಶದ ವಿವಿಧ ರಾಜ್ಯಗಳು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚಿತವಾಗಿಯೇ ಕನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಹಿಂದಿನ ಮುಂಬ್ಯೆ ಪ್ರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಇದ್ದಂತಹ ಬೆಳ್ಗಾವಂ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬ್ಯೇಲಮೊಂಗಲದಲ್ಲಿ 1936ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಹಿಂದಿನ ಮೈಸೂರು ರಾಜ್ಯದ ತುಮಕೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತಿಪ್ಪೊರಿನಲ್ಲಿ 1948ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಯಿತು. ಆ ನಂತರ ಉಳಿದ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಯಿತು.

ರಾಜ್ಯಗಳ ಮನರೋಪಿಗಳಿಂದ ನಂತರ ಇಡೀ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಒಂದೇ ತೆರನಾದ ಶಾಸನ ಇರಬೇಕೆಂಬ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಕನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಶಾಸನವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಯಿತು. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು, ಸಮರ್ಥ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದು, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ರಘ್ತ ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಸೂಕ್ತ

ಆಡಳಿತಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು ಶಾಸನದ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಆಡಳಿತಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ನಿಯಮಾವಳಿ ಮತ್ತು ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಸಹ ಸದರಿ ಶಾಸನದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗೆ ತಿಳಿಸಿದ ಶಾಸನಗಳನ್ನು ರದ್ದು ಮಾಡಿ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ)ಶಾಸನ, 1966ನ್ನು ದಿನಾಂಕ : 01.05.1966ರಿಂದ ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಯಿತು.

- 1) ಬಾಂಬೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಶಾಸನ, 1939 (1939ರ ಬಾಂಬೆ ಶಾಸನ 22) ಮುಂಬ್ಯೆ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ.
- 2) ಮದ್ರಾಸ್ ವಾಂಜ್ಜು ಬೆಳ್ಗಾಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶಾಸನ, 1933 (1933ರ ಮದ್ರಾಸ್ ಶಾಸನ 20) ಅಂದಿನ ಮದ್ರಾಸ್ ಪ್ರಾಂತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ.
- 3) ಕೊಡಗು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಶಾಸನ, 1956 (1956ರ ಕೊಡಗು ಶಾಸನ 7) ಕೊಡಗು ಪ್ರಾಂತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ.
- 4) ಹೈದರಾಬಾದ್ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಶಾಸನ, 1939 ಎಫ್ (1939 ಎಫ್ ಹೈದರಾಬಾದ ಶಾಸನ 2) ಹೈದರಾಬಾದ್ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ.
- 5) ಮೈಸೂರು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಶಾಸನ, 1939 (1939ರ ಮೈಸೂರು ಶಾಸನ, 16) ಮೈಸೂರು ಪ್ರಾಂತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ.

ಇಡೀ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ 286 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಕನಾಟಕದಲ್ಲಿಯೇ 509 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ.



2.03. ಶಾಸನದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ರಚನೆ :

ರೈತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು, ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು ಮತ್ತು ದಲ್ಲಾಲರು, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಸೂರಣಾ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು ಹಾಗೂ ಸರ್ಕಾರದ ನಾಮಕರಣವನ್ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ರಚನೆಗೆ ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ರೈತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಶ್ವ ಜಾತಿ/ಪಂಗಡ ಮತ್ತು ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗದವರಿಗೆ, ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಪ್ರಾತಿನಿಧಿವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಸಮಿತಿಯ ಸದಸ್ಯರು ರೈತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರನ್ನು ಅಧ್ಯಕ್ಷರನ್ನಾಗಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಬ್ಬರನ್ನು ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷರನ್ನಾಗಿ ಆಯ್ದು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಈ ಸಮಿತಿಯ ನೇತ್ಯತ್ವದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೆಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಮೇಲ್ಪ್ರಜಾರಣೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಧಿಕಾರ ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯಗಳು :

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾದಂತಹ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣದ ಉಸ್ತುವಾರಿ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ಪರವಾನಿಗೆ ನೀಡುವುದು, ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರ ವರ್ತನೆಯ ಮೇಲೆ ಗಮನವಿಡುವುದು, ಪರವಾನಿಗೆ ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವುದು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತೂಕ, ಹಣ ಪಾವತಿ, ವಿಲೇವಾರಿ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ರೈತರು ಮತ್ತು ಏರೋದಿದಾರರ ಮಧ್ಯ ಉಧ್ವರಷಾಗುವ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ತೀರ್ಮಾನ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳ ಉಸ್ತುವಾರಿಗಾಗಿ ಖಾಸಗಿ ಹಾಗೂ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವವನ್ನು ಹೊತ್ತಾಗಿಸುವುದು, ಶಾಸನ ಮತ್ತು ನಿಯಮಗಳು ಉಪ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸುವವರ ವಿರುದ್ಧ ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ಮೊಕದ್ದಮೆ ಮಾಡಿ ಕ್ರಮ ಕೇಗೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ದಿಂದ ಉಸ್ತುವಾರಿ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳಾಗಿವೆ.

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿ :

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಹೊತ್ತಾವಾಹಕ ಜೆಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ವರ್ಗೀಕರಣ, ತರಬೇತಿ, ವಿಸ್ತರಣೆ, ಸಂಶೋಧನೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ ಪ್ರಕಟನೆ, ಮುದ್ರಣ ಮೊದಲಾದಂತಹ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೇಗೊಳ್ಳಲು ಕನಾಡಕ ರಾಜ್ಯ

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿಯನ್ನು ರಚಿಸಲು ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ನೇರ ಏರೋದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ರೈತ-ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ವೀರ್ಜ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಸಹ ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರೈತರಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ :

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾದಂತಹ ರೈತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಏರೋದಿದಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ರೈತರು ಹಾಗೂ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಸಲ್ಲಬೇಕಾದ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಶಾಸನ ಸಂ:16/1998ರ ಮೂಲಕ ತರಲಾದ ಈ ತಿದ್ದುಪಡಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಒಮ್ಮೆತ ಇಲ್ಲದ್ದರಿಂದ ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾದಂತಹ ಅವಶ್ಯಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದ್ದರಿಂದ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ನಂತರದಲ್ಲಿ ಶಾಸನ ಸಂ:23/2007ರ ಮೂಲಕ ಸರ್ಕಾರವು ಪ್ರಕಟಿಸೆಯನ್ನು ಹೊರಡಿಸಿ ಈ ಕಲಂನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾದಂತಹ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿ ಮಾಡಬಹುದೆಂದು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಪ್ರಸ್ತುತ, ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈ ಕಲಂನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಬೇಕೆಂದು ಸರ್ಕಾರವು ಆದೇಶ ಹೊರಡಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಕಲಂನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಶಾಸನದ ಜ್ಞಿತರೆ ಕಲಂಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತರಲಾಗಿದೆ.

2.04. ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧ :

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯು 1972ರ ವರೆಗೆ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳ ನಿಬಂಧಕರ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಅದರ ನರತರ ಸ್ವತಂತ್ರ ಇಲಾಖೆಯಾಗಿ ಸರ್ಕಾರದ ವಂತಹದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯವರ ಆಡಳಿತ ನಿಯಂತ್ರಣಾದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇಲಾಖೆಯ ಸಚಿವರು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷರೂ ಆಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳನ್ನು ಶಾಸನಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಒಂದು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರವು ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ತಾಲ್ಲೂಕಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರಬಾರದು ಹಾಗೂ ಗರಿಷ್ಠ ಒಂದು ಜಿಲ್ಲೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಇರಬಾರದೆಂದು ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ಸ್ವಷ್ಟಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ವೀಕ್ಷಣೆ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಸಮಿತಿ ರಚನೆ, ಮೊದಲಾದ ಸೂಕ್ತ ಬದಲಾವಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸೂಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉಪ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳು, ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳನ್ನು ಘೋಷಿಸಲು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಆಯ-ವ್ಯಯವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮಂಜೂರು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸುವ ಎಲ್ಲ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮಂಜೂರಾತಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಶಾಸನ ಮತ್ತು ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮೇಲೆ ಇರುತ್ತದೆ.

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ನೇರ ಏರ್ಪಾಡಿ ಕೆಂದ್ರಗಳು, ರೈತ-ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಏಕೆಕ್ಕತ ಒಂದು ಪರವಾನಗಿ ನೀಡಲು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಪರವಾನಗಿ ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಪರವಾನಿಗಳನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸ್ಥಿಗೊಳಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅವ್ಯಾಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮೇಲ್ಮೈಪಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಆದೇಶಿಸುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

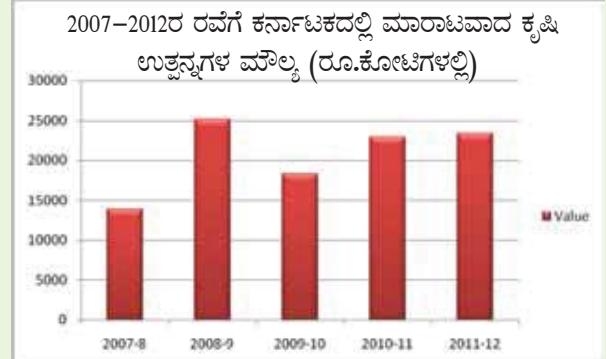
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅಧಿಕಾರಿ ಹಾಗೂ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯವರು ಸರ್ಕಾರಿ ನೌಕರರಾಗಿದ್ದು, ಅವರ ವೇತನ ಮತ್ತು ಭೇತ್ತೆಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯ ಸಂಚಿತ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಿಂದ ಭರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸದರಿ ವೆಚ್ಚನನ್ನು ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ರಾಜ್ಯ ಸಂಚಿತ ನಿರ್ಧಿಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

2.05. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವರ್ಗಗಳು :

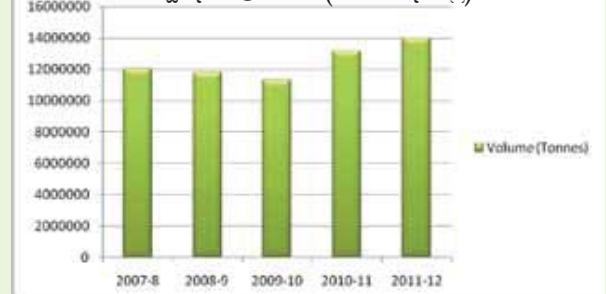
ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 509 ಸಂಖ್ಯೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು 771 ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿವೆ. ಸಂಖ್ಯೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ 155 ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳು ಮತ್ತು 354 ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಿವೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಪ್ರಾಂಗಣಗಳ ಮತ್ತು 2011-12ರಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ರೂ.25,000 ಕೋಟಿ ಮೌಲ್ಯದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮಾರಾಟವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಮುಖ್ಯ ಮತ್ತು ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ-2ರಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

2.06. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸಲಾಗುವ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ :

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸಲಾಗುವ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರವು ಪ್ರಕಟಣೆ ಮೂಲಕ ಘೋಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ರಾಜ್ಯದ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ 92 ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಆಗುತ್ತಿದೆ. ನಿಯಂತ್ರಿತ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ-3ರಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಆಗುವ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ-4ರಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.



2007-2012ರ ರವೆಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾದ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಪ್ರಮಾಣ (ಮೆಟನ್ನುಗಳಲ್ಲಿ)



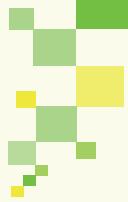
2.07. ವ್ಯವಹಾರದ ಮೌಲ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣ :

ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾದಂತಹ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಮೌಲ್ಯ 2007-08ರಲ್ಲಿ ರೂ.13,879 ಕೋಟಿ ಇದ್ದು 2011-12ರಲ್ಲಿ ಅದು ರೂ.25,189 ಕೋಟಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯ ಆವಕ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಅನುಬಂಧ-5ರಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

2.08. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಸಂಗ್ರಹ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವು ಎಲ್ಲ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯಗೆ ಏಕರೂಪವಾಗಿಲ್ಲ. ತರಕಾರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟಗೆ 1%, ಬಣಧಾಕ್ಕಿಗೆ 0.1%, ಎತ್ತು-ಎಮ್ಮೆ ಮೊದಲಾದವರುಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದಕ್ಕೆ ರೂ.೫, ಕುರಿ-ಮೇಕೆ ಮೊದಲಾದವರುಗಳಿಗೆ ರೂ.೧ ಹಾಗೂ ಜನ್ಮಿತರೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸ್ವಾಗತ್ಯಗೆ 1.5%. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಾರಿಸಿದ ಧಾರಣೆಗೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ಏರ್ಪಾಡಿದಾರರಿಂದ ದಲ್ಲಾಲರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಡೆದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಪಾವತಿಸುತ್ತಾರೆ. ರಾಜ್ಯದ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ



ಕಳೆದ ಇದು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲುದ ವಿವರವನ್ನು ಅನುಬಂಧ-ರೆಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವಗಳ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿದೆ.

ವಿಭಾಗ						(ರೂ. ಲಕ್ಷ ಗಳಲ್ಲಿ)
	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	
ಬೆಂಗಳೂರು	5841	6148	8192	9771	10338	
ಮೈಸೂರು	2308	3020	4013	4722	5378	
ಬೆಳಗಾವಿ	3778	4194	5385	7536	7422	
ಗುಲಬಾಗ್	5817	6983	6760	8300	8287	
ಒಟ್ಟು	17744	20345	24350	30329	31424	

2.09. ರೈತರ ಪ್ರಯೋಜಿತರಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವರ್ಣನೆ :

ಸಿಮೀತ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಅನಿವಾಯತೆ, ರೈತರಿಗೆ ಅನಾನುಕೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಿತಿ, ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಪದ್ಧತಿಗಳು, ಖರ್ಚುಗಳ ವರ್ಣನ್ನು ಅಂತರ್ಗತ ಇಂದಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಿತಿಯಾಗಿರುತ್ತವೆ.

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಎರಡು ಹಂತಗಳಿವೆ. ಮೊದಲನೆಯಂತಹ ಹೊಲದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತರುವುದು ಮತ್ತು ಎರಡನೇಯದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಾಜಿನಲ್ಲಿ/ಟೆಂಡರಿನಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರಾಟ ಹಂತದ್ದು. ರೈತರು ಹೊಲದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರಯೋಜಿತವನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಅರಿವು ಆಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಪ್ರಮುಖ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ತರುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ಒತ್ತಿ ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ಕೊಯ್ಲಾದ ನಂತರ ರೈತರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪ್ರಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಿಸಲು ಸೂಕ್ತ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕು, ಇವೆಲ್ಲಕೂ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಬಂಡವಾಳದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಬಂಡಪ್ಪು ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚವು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೊಗಲು ಇದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಅಡಚಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ರೈತರು ಈ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತಲುಪಿದರೂ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಕ್ಂಗ್ ಮಾಡಿ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡಿದ್ದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪಮಟ್ಟಿನ ಉತ್ಪನ್ನದ ನಷ್ಟ ಉಂಟಾಗಿ ಅವರಿಗೆ ಹೊರೆಯುವ ಹಣವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಭರಿಸಲು

ಸಾಮಾಜಿಕವಿಲ್ಲದ ರೈತರು ಹಳ್ಳಿಗೆ ಬರುವಂತಹ ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರಿಂದ, ಜೊಕಾಸಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಅನಿವಾಯತೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ಪಾರದರ್ಶಕವಿಲ್ಲದ ಹಾಜಿ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರ್ಚಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಿದ್ದಿಲ್ಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅದಿಲ್ಲದಿದ್ದಿಲ್ಲ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದುವುದು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಿದ್ದರಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ವೆಚ್ಚದ ಆಧಿಕ ಹೊರೆಯು ರೈತರ ಮೇಲೆ ಬೀಳುತ್ತದೆ.

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಅದಂತಹ ದೂರನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಉತ್ಪನ್ನವು ಒಂದೇ ರೀತಿಯಾಗಿಲ್ಲ, ಹೊರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಮಿಶ್ರಣ ಇದೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ಗುಣಮಟ್ಟದಾಗಿಲ್ಲ, ತೇವಾಂತವಿದೆಯೆಂಬ ಕಾರಣ ನೀಡಿ ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೇ, ತೂಕದಲ್ಲಿ ಕಡಿತ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕ ರಾತ್ರಿ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ಗೈರು ಹಾಜರಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವುದರಿಂದ ನಿಜವಾದ ತೂಕದ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ಸ್ಥಿತಿಯು ರೈತರಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ರೀತಿಯಾದ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ಭಾಗಿದಾರರ ಹಿತವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಮರ್ಪಣೆ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

2.10. ವಿವಿಧ ಸಮಿತಿಗಳ ಶಿಥಾರಸ್ವಗಳ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ವರದಿಗಳ ವಿವರ:

ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಚಿವರುಗಳ ಸಮಿತಿಯು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿನ ಹಲವು ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ಬಗ್ಗೆ ವರದಿ ಮಾಡಿದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನವಾದಂತಹ ಪೂರ್ವೀಕ್ರಿಯೆಗಳ ಸರಪಣೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆ, ದೀರ್ಘವಾದ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸರಪಣೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ನಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣ, ಸಾಮಾಲ್ಯಕ ಹಾಗೂ ನಿಲಿರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿತ್ತಿ/ಪೇಟೆಜ್‌ನಾದ ಕೊರತೆ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಂಯೋಜಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದ ಸಮಿತಿಯ ದೇಶದ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುವ ಹಾಗೂ ಮನ್ಯಾಂತರಗೊಳಿಸುವ ಕುರಿತು ಶಿಥಾರಸ್ವ ಮಾಡಿದೆ.

ಮೇಲಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಸಮಿತಿಯು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಿಸಿದ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ತರಲು ಸಲಹೆ ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ, ನಿರ್ಬಂಧರಚಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ರಚನೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ್ನು ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಮೈಲ್‌ತ್ವಾಂಶಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ/ದಲ್ಲಾಲಿ ಶುಲ್ಕಗಳ ಪರಿಷ್ಕರಣೆ, ಸಮರ್ಥ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿತ್ತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದು, ವಿರೋಧಕರಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮೊದಲಾದವುಗಳು. ಸುಧಾರಣೆ ತರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಆಗಿರುವ ಶಾಸನಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳನ್ನು ತರುವಂತಹೂ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಥಾರಸ್ವ ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಮಿತಿಯು ಮೇಲೆ ಶಿಥಾರಸ್ವ ಮಾಡಿರುವ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದ ತಜ್ಜರ್ಖ ಮತ್ತು ಇತರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಅಭಿಪೂರ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಸಮಿತಿಯು ತನ್ನ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ, ಅಂತರಿಕ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರ ಜೊತೆಗಿನ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ, ಆಯಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ತಜ್ಜರ್ಖ ಮತ್ತು ಅನುಭವಸ್ಥರ ಜೊತೆಗಿನ ಜರ್ಜರಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರವಾಸ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಿರ್ಬಂಧರಚಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊಡಣೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಳವಡಿಕೆ, ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯಾಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮುಕ್ತ ಪರೇಶ ಮೊದಲಾದ ವಿವರಗಳ ಕುರಿತು ಜರ್ಜರಿಸಿರುತ್ತದೆ. ದಿನಾಂಕ : 02.05.2013ರಂದು ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಭಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಜರುಗಿದ ಕಾರ್ಯಾಗಾರದಲ್ಲಿ ಸಮಿತಿಯು ತನ್ನ ಸಲಹಕಳು ಮತ್ತು ಶಿಥಾರಸ್ವಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರೊಂದಿಗೆ ಜರ್ಜರಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಶಿಕ್ಷಣ ತಜ್ಜರ್ಖ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧಕರು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ಕುರಿತು ಹಲವಾರು ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪರಿಮಾಣ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಸಲಹೆ ಮಾಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇತ್ತೀಚೆನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗೂ ವಿಸುರಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಎಲ್ಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಸುಧಾರಣೆ ತರಲು ಸಂಯೋಜಿತ ಪ್ರಯತ್ನದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಇಂತಹ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಬೆಂಬುಲುಬಾಗಿ ನಿಲ್ಲಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು, ರಾಜ್ಯಸರ್ಕಾರಗಳು, ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು ಮತ್ತು ಉದ್ದಿಮೆದಾರರ ಜೊತೆಗೆ ಜರ್ಜರಿಸಿ 2003ರಲ್ಲಿ ಮಾದರಿ ಎಷಿಎಂಸಿ ಶಾಸನವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಅದನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ತಿಳಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ 2007ರಲ್ಲಿ ಮಾದರಿ ಎಷಿಎಂಸಿ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಿ ಆಗಿರುವ ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿತರಲು ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ.

ಸುಧಾರಣೆ ಉಪಕ್ರಮಗಳ ಚಾಲನೆ

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿನೀಕರಣವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಕನಾಟಕವು ಮುಂಚೊಳಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಪ್ರಯೋಗದಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದರ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕೆಲವು ಜಟಿಲತೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಯಂಜಾಲಿತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೈತರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಂದಂತಹ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಹಾಗೂ ಹರಾಜಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜಟಿಲತೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಯಾಂತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿಗಳಿಗೆ ಕಂಪನೀಗಳು ಸರ್ವರ್‌ನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.

3.01. ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿ :

ನ್ಯಾಯಿಸಮೃತವಾದ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದು ಹಾಗೂ ರೈತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸ್ವಧಾರಾತ್ಮಕ ಧಾರಣೆ ದೊರೆಯುವಂತೆ ಮಾಡುವುದೇ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ವಿರೀದಿದಾರರು ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಜೀಟಿಯಲ್ಲಿ ಬರೆದು ತಿಳಿಸುವುದರ ಬದಲಾಗಿ, ಕಂಪನೀಗಳು ಮೂಲಕ ಅಧಿವ್ಯಾಪಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಸ್ಥಾಪಿಸಿರುವ ಕಿರೋಸ್‌ನ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ನಮೂದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟದ ದಿನ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ರಾಂಗೂ ಸ್ವಧಾರಾತ್ಮಕ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಪನೀಗಳು ಸರ್ವರ್‌ದಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆಯು ನಮೂದಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೊದಲ ಹಂತದಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದ 45 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ 2008 ರಿಂದ 2010ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಟೆಂಡರ್ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಭಂಧ-7ರಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಮೇ, 2013ರಲ್ಲಿದ್ದಂತೆ ಈ ಮೇಲಿನ 45 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ 33 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಒಟ್ಟು 78 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ

ಹಂತದ ಕಂಪನೀಗಳಿಗೆ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಕೃಗ್ರಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಅನ್ನಿ ಉಸ್ತುವಾರಿ (ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಸ್ತಿಗಳು, ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ನೀಡಿರುವ ಅಸ್ತಿಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವುದು), ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆ (ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ವಿವರಗಳು, ಬರಬೇಕಾದ ಬಾಕಿ, ನಗದು ಮಸ್ತಕ ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಖಾತಾ ಮಸ್ತಕಗಳು, ಆದಾಯ-ವೆಷ್ಟ್ ಹಾಗೂ ಜಮಾ ಲಿಂಕ್ ವಿವರಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳು), ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳ ಉಸ್ತುವಾರಿ (ಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಕನೆಯಲ್ಲಿ ಮಂಜೂರಾದ ಕಾರ್ಯಗಳು, ಕೃಗ್ರಹಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಕಾರ್ಯಗಳು ಅವುಗಳ ಪ್ರಗತಿ, ಮಾರ್ಗಗೊಂಡ ಕಾರ್ಯಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳು) ಹಾಗೂ ಇ-ಪರ್ಮಿಟ್‌ ವ್ಯವಸ್ಥೆ (ವಿರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿರೀದಿದಾರರು ಅನುಮತಿ ಪಡ್ಡವನ್ನು ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯಬಹುದು) ಪದ್ಧತಿಗೆ ಈ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರಾಷ್ಟ್ರದಲ್ಲಿಯೇ ಪ್ರಥಮವಾಗಿರುವ ಈ ಯೋಜನೆಯು ಪ್ರಶಂಸನಾರ್ಹವಾದುದು. ಆದರೆ, ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಸ್ನೆವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತಂದಿದ್ದರೆ, ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಇದನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿದೆ. ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಯು ಅನುಷ್ಠಾನ ಅಂತದಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯು ಮುಂಚೊಳಿಯಾಗಿದ್ದರೂ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೆಲವೊಂದು ನ್ಯಾನತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

- ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಸ್ಥಳೀಯ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಕ್ಕೆ ಬಿಡಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಿದರೆ, ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಇದು ಹಿಂದುಳಿದಿರುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿದೇಶಕರು ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವನ್ನು ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿದರೂ ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನದ ಮೇಲ್ಮೈಕಾರಣದ್ದೆಯನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

- ಪಸ್ತುತದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾಡಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿರುವುದಿಲ್ಲ.
- ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲಾದ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಸಾಪ್ರೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಪದ್ಧತಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಶೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಅವಕಾಶಗಳಾದಂತಹ ಹಣ ಪಾಪತಿಯನ್ನು ರೈತರ ಬ್ಯಾಂಕ ಖಾತೆಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಜಮೆ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಈ ಸಾಪ್ರೋನಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ.
- ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಸ್ವತಂತ್ರವಾದ ಮಾಡಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಡಾಡ್‌ವೇರ್ ಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ನಿರ್ವಹಣೆ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕಾಗಿ ವಲವು ಆಡಳಿತಕ್ಕ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಹೊಣೆ ಇಲಾಖೆಯಾಗಿದೆ.
- ಇ-ಚೆಂಡರ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕಾದರೆ ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ತೊಡಗಿಸಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಶೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು ಏವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಏವಿಧ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ವಾಸ್ತವಿಕಾಂಶದ ಮಾಡಿತಿಯು ಇಲಾಖೆಗೆ ಲಘುವಾಗದೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜೋಡಣೆ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಕಳಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

3.02. ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿ :

ಮೇಲಿನ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ಸಕಾರವು ಆದೇಶ ಸಂಖ್ಯೆ 149 ಎಂಬ್ರೋಜ್ 2010 ದಿನಾಂಕ : 27.08.2010ರಲ್ಲಿ ಹೊಸ ವಿಧಾನವನ್ನು ಪೂರಂಭಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪರಿಗಳಿಸಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮಾಡಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಟ್ಟು ಎನ್‌ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸ್ಯಾಟ್ ಎಕ್ಸ್‌ಎಂಜ್ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಹರಾಜುಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಆಯ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವ ಯೋಜನೆಗೆ ಮಂಜೂರಾತಿ ನೀಡಲಾಯಿತು. ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರದ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯ ಸುಧಾರಿತ ವಿನ್ಯಾಸದಿಂದಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಮೇಲ್ಮೈಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು ಹಾಗೂ ಇದರ ಜೋತೆಗೆ ಹಿಂದಿನ ವಿನ್ಯಾಸಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದವು.

ವಿನ್ಯಾಸದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶದ ಸಾಂಬಂಧಿಕವಾದ ಸ್ವತಂತ್ರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ : ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ತರುವಾದ ವಿನ್ಯಾಸ (Logical

Architecture), ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿನ್ಯಾಸ (The Platform Architecture) ಹಾಗೂ ಹರಡುವಿಕೆಯ ವಿನ್ಯಾಸ (Deployment Architecture), ಅಂದರೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವ್ಯಾಪಾರ ಆಗಸ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅನುಸರಿಸುವ ವ್ಯವಹಾರ ವಿಧಾನ, ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಿರುವವರ ವಿವರಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಪ್ರೋನ್‌ನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ, ಜೊತೆಗೆ ಹಲವು ರೀತಿಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಬ್ರೌಸರ್‌ಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಹೃಂಡಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇಕಾಗುವ ಸರ್ವರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

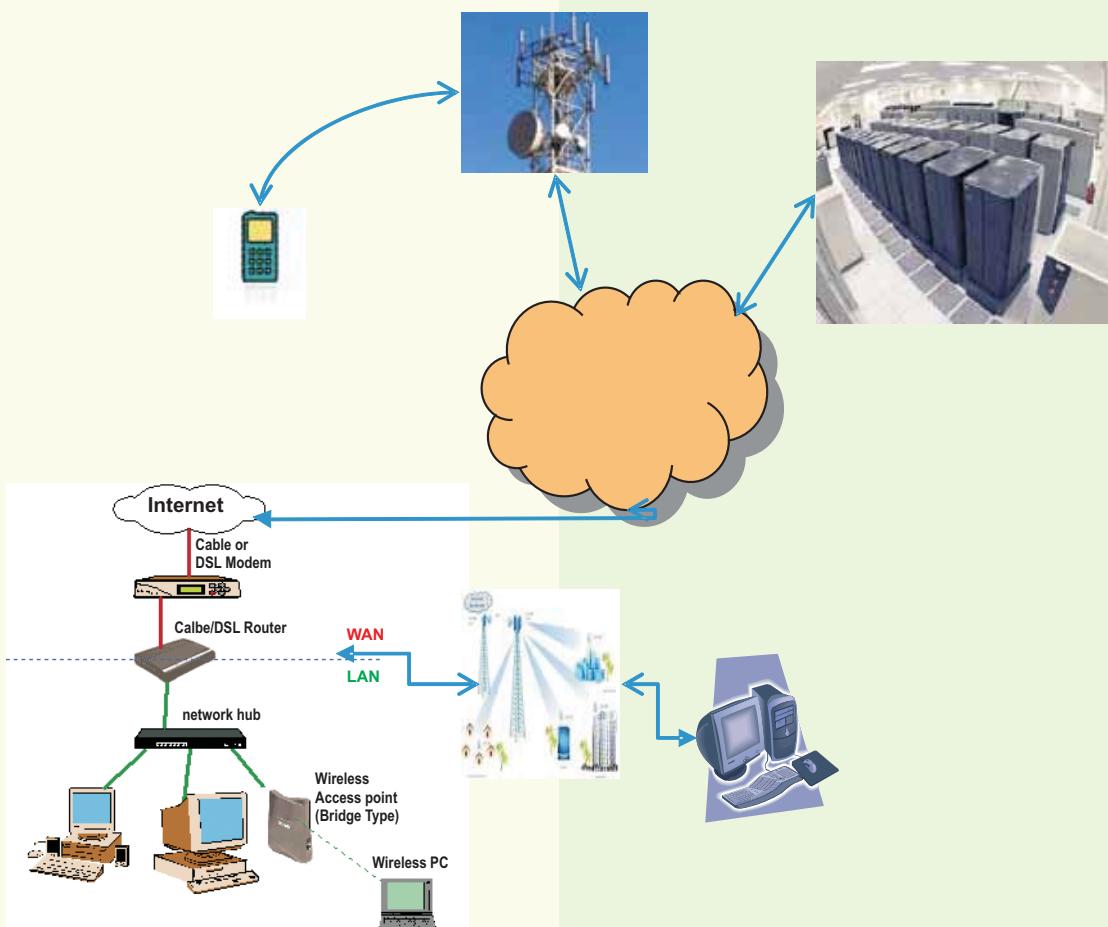
ಪಸ್ತುತದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾಡಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿರುವುದಿಲ್ಲ.

- ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಮನ್ಯ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲು ಅವಕಾಶ : ಅಂದರೆ, ನೇರ ಲಿಂಗಿ, ಹರಾಜು ಆಧಾರಿತ ಲಿಂಗಿ ಮತ್ತು ಚೆಂಡರ್ ಮೂಲಕ ನಿಗದಿಯಾಗುವಂತಹ ಧಾರಣೆ ಹೊದಲಾದ ಹಲವು ತರಹದ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ದಲ್ಲಾಲರು ಲಿಂಗಿದಿಂದಾರರು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣ, ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮೊದಲಾದಂತಹ ಎಲ್ಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಗಮನಿಸುವಿಕೆಯನ್ನೂ ಸಹ ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾರ್ಯಸಾಮರ್ಥ್ಯ : ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಯಿಂದ ಕಾರ್ಯಮಟ್ಟ ಅಧವಾ ಸೇವೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮ ಆಗದಂತೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಹಾಡ್‌ವೇರ್‌ಗಳಿಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹಲವು ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಲು ಅವಕಾಶ, ವ್ಯವಹಾರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ್ನಿರುವ ಟ್ರಾಫಿಕ್‌ಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅವಕಾಶ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.
- ನೂತನ ವ್ಯಾಪಾರ ವೇದಿಕೆ ಸದ್ಯಧವಾಗಿದ್ದು ಸಾಕಷ್ಟು ಭದ್ರತೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆಗೆ ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯಾದ್ಯಂತ ವಾಸ್ತವಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಿರುವಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ತಃಖ್ಯೇಯನ್ನು ಅನುಭಂಧ-8ರಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ವ್ಯವಹರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಉತ್ಕ್ಷಮದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು (31.03.2013ರಂದು ಇದ್ದಂತೆ) ಅನುಭಂಧ-9ರಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಯಾವುದೇ ಸುಧಾರಣೆ ಕ್ರಮವು ಸರ್ಕಾರದ ಈ ಪರೋಜೆಗನನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಿಕೊಂಡು ಹೊಗಬಿಮುದು.

ಹೋಸ ಯೋಜನಾ ವಿನ್ಯಾಸದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.



ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಮೂರು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಂತದಲ್ಲಿಯೂ ಹಿಂದಿನ ಹಂತದ ಅನುಭವದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸುಧಾರಣೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಪುನರ್ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲು, ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು, ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಟ ಪಥ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಲು, ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಕೈಗೊಳಿಸಲು, ಮಾರಾಟ ನಂತರದ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ,

ಮಾರಾಟದ ವಿವಿಧ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜೋಡಣೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದ ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಧಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಶೀಘ್ರಾತ್ಮಕ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. (ಬಿಪ್ರಣಿ : ಇದುವರೆಗೆ ನಾವು ಮಾಡಿದಂತಹ ಒಳ್ಳೆಯ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ನ್ಯಾನತೆಗಳನ್ನು ಕೂಡ ನಾವು ತಿಳಿದುಕೊಂಡು ಇವುಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತು ಹೋಗಬೇಕು. ಹಿಂದಿನ ಯೋಜನೆಗಳ ಕುಂದುಕೆಲರಣೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು, ತಮ್ಮ ಕಂಡು ಹಿಡಿಯುವ

ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದಿನೆಂಬಾರದು. ಇವಗಳನ್ನು ಕಲಿಕೆಯ ಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ ಆಗುವಂತಹ ಸಹಜ ಕ್ರಮಗಳೆಂದು ಭಾವಿಸಿ ಅವುಗಳಿಂದ ಪಾಠವನ್ನು ಕಲಿತು ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಸಲವೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆನ್ನುವುದು ನನ್ನ ವ್ಯೇಯಕ್ಕಿಂತಿಂದಿಂದಿರುತ್ತದೆ.

3.03. ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಸಾಧನೆಯ ಅಳವಡಿಕೆ :

ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿರುವಂತಹ ಎರಡು ಸುಧಾರಣೆ ಕ್ರಮಗಳು ಅಂದರೆ, ಇ-ಚೆಂಡರ್ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ವಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿ ಇವುಗಳರಿಂದಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಿಷಯ ಸಮಾನವಾದುದಾಗಿದೆ. ಅದಂದರೆ: ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಅಳವಡಿಕೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೀಗಳ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಆಗಿರುವಂತಹ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಅಳವಡಿಕೆಯು ಪಾರದರ್ಶಕ ಸಂಯೋಜಿತ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು, ಗೂಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು, ವರ್ಗೀಕರಣ ಮಾಡಲು ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಸಾಕಷ್ಟು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ತಕ್ಷಂತೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಯಾಗಿ ಪ್ರಾಣಿಗಳನ್ನು ಸಾಕಾರಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಹೊಲಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರದಲ್ಲಿರುವ ಉಗ್ರಾಳಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಉಗ್ರಾಳದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೀಗಳ ಜೊಡಿಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ರೈತರು ಕಡಿಮೆ ವ್ಯವಹಾರ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞನವನ್ನು ಬಳಸಿ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಗೊಳಿಸಬೇಕಾದರೆ ಸುಭದ್ರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅವಶ್ಯಕ. ರೈತರ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು, ಅದರಲ್ಲಿ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ವ್ಯೇಯಕ್ಕಿಂತಿಂದಿರುವ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಕ್ರಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕವುದು, ನಿಯಮಾನುಸಾರ ಹರಾಜು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅನುಷ್ಠಾನ, ಕೊಂಡ್ಲೋತ್ತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಶಾಕ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಜೋಡಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶ ಹಾಗೂ ಹೊರ ದ್ವಾರಾಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ದಾಖಲಾತಿ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಜಾವಕ ಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ಸರಿ ಹೊಂದಿಸುವುದು, ಹಣ ಪಾವತಿಯ ಲೆಕ್ಕೆ ಇಡುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶ್ರೀ ಸರ್ಗಂರಣ, ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಇನ್ನಿತರೆ ಆಡಳಿತ ಕಾರ್ಯಗಳು, ಇಲ್ಲವು ಸೇರಿದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪುಗೊಂಡಂತಹ ಒಟ್ಟಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಹಂತಕ್ಕ ತರಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಲ್ಲದು ಮತ್ತು ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೀಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಾರಣಾಗುವ ಧಾರಣೆಗಳು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಹಳೆನದಾಗಿರುವುದು.

ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಅಳವಡಿಕೆಯು ಪಾರದರ್ಶಕ ಸಂಯೋಜಿತ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಗಳ ವರಿವು.

- 1. ರೈತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕದ್ವಾರಾ ದಾಖಲಿಸಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗುರುತಿನ ನಂಬಿನನ್ನು ನೀಡುವುದು.
- 2. ದಲ್ಲಾಲರ ಅಂಗಡಿಯ ಮುಂದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಇಳಿಸುವುದು.
- 3. ದಲ್ಲಾಲರಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸರ್ಗಂರಣ ದಾಖಲೆ.
- 4. ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ರಾಶಿ ಹಾಕುವುದು, ಸ್ಯಾಂಪಲ್ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು.
- 5. ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುರುತಿನ ನಂಬಿರಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿದ್ಯುನ್ವಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಧಾರಣೆ ನಿರ್ಮಾಣಿಸುವುದು.
- 6. ಅಶೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆ ತಿಳಿಯುವುದು/ಎರ್ಡಿದಾರರು ಮತ್ತು ರೈತರಿಗೆ ಎಸಾವಂವ್ಸ್ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸುವುದು.
- 7. ಅಂತಿಮವಾಗಿ ವಿದ್ಯುನ್ವಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಶಾಕ ಮಾಡುವುದು.
- 8. ಮಾರಾಟ ರಶೀತಿ ದಾಖಲೆ ತಂತ್ರಾರ್ಥಿಸುವುದು.
- 9. ಎರ್ಡಿದಾರರು/ದಲ್ಲಾಲರಿಂದ ಹಣ ಪಾವತಿ.
- 10. ರೈತರು ಹಣ ಪಡೆದ ಬಗ್ಗೆ ರಶೀತಿ ದಾಖಲೆ ತರಾರಿಸುವುದು.
- 11. ರೈತರ ಖಾತೆಗೆ ಹಣದ ವರ್ಗಾವಣೆ.
- 12. ಎರ್ಡಿದಾರರಲ್ಲಿರುವ ದಾಸ್ತಾನು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.
- 13. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಹೊರ ಹೋಗುವುದನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವುದು.

ಈ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕುರಿತು ವರದಿಯ ಮುಂದಿನ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ವಿವರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ ಕ್ರೇಗ್ಸ್‌ತ್ರಿಕ್‌ಬೇಕಾದ ಸುಧಾರಣೆಗಳ ಕುರಿತು ಶಿಫಾರಸ್ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಮಾತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ

ಕ್ರಿಷ್ಯಾ ಉತ್ಸನ್ನ ಮಾರಾಟವು ಎರಡು ಪ್ರಮುಖ ಹಂತಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಹೊಲದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ತರುವುದು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದು. ಈ ಎರಡೂ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರು ಪ್ರತಿಕಾಲ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹೊದಲನೇ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವೆಷ್ಟೆವನ್ನು ಭರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದೇ ಅದೇ ದಿನ ರೈತರು ಒತ್ತಡಾತ್ಕಾವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಎರಡನೇ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅವರಿಗೆ ಪರಿಚಯವಿಲ್ಲದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರತಿಕಾಲ ವಾತಾವರಣ ಇರುತ್ತದೆ.

ಬಹಳಷ್ಟು ದೂರವಾಗಿರುವ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ವಿರೀದಿದಾರರು ತಮ್ಮದೇ ದೂರನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ರೈತರು ಸ್ವಜ್ಞನೋಜಿಸದೇ ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ತರುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ವಿರೀದಿದಾರರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ಉತ್ಸನ್ನಗಳಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಶಾಕದಲ್ಲಿ ಕಡತ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಅವರ ವಾದ.

ಕ್ರಿಷ್ಯಾ ಉತ್ಸನ್ನ ಮಾರಾಟವು ಎರಡು ಪ್ರಮುಖ ಹಂತಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಹೊಲದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ತರುವುದು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದು.

ನ್ಯಾಯಸಮೃತವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಈ ಎರಡೂ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಜಿಬ್ಬರೂ ಭಾಗಿದಾರಿಗೆ ಸಮನಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಭಾಗಿದಾರರನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ದೂರವಿಡೇ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ತರಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಅತೀ ಮುಖ್ಯವಾದ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ.

ಸಧ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಟಿಲತೆಯೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವನು ತಾನು ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ನೀಡುವ ಉತ್ಸನ್ನದ ಸಂಮಾಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ (ಪ್ರಮಾಣ, ವಿಧ, ಹೊರ ಪದಾರ್ಥಗಳು ಹೊದಲಾದವಗಳು). ಆದರೆ, ವಿರೀದಿದಾರಿಗೆ ಈ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಸೀಮಿತ ಮಾಹಿತಿ ಇರುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಉತ್ಸನ್ನವನ್ನು ಕಟ್ಟಿನಿಂದ ನೋಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಈ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಇದೇ ಅಂತಿಮವಾದ ಪರಿಹಾರವಲ್ಲ.

ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಕಡಿಮೆ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಇದೆ. ಅವನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಥವಾ ಪ್ರದೇಶ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಧಾರಣೆ ಕುರಿತು ಅವನಿಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ವಿರೀದಿದಾರರು ಉತ್ತಮ ಮಾಹಿತಿ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ತಮ್ಮ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಚೆಲೆ ಕುರಿತು ಈ ಸೀಮಿತ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದಾಗಿ ರೈತರು ತಮಗೆ ಪರಿಚಯವಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನೇ ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತಾರೆ ಹಾಗೂ ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಲ್ಪಿತವಿರುವ ಮಾರಾಟ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಒಂದೇಯಲ್ಲಿ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಯು ಮಾರಾಟ ಜಟಿಲತೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತರುವುದು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ ಕುರಿತು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ಸುಧಾರಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವಾಗ ಅಡೆತಡೆ ಇಲ್ಲದೆ ಮುಂದಿನ ಹಂತದ ಸುಧಾರಣೆಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಧ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಟಿಲತೆಯೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವನು ತಾನು ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ನೀಡುವ ಉತ್ಸನ್ನದ ಸಂಮಾಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ (ಪ್ರಮಾಣ, ವಿಧ, ಹೊರ ಪದಾರ್ಥಗಳು ಹೊದಲಾದವಗಳು). ಆದರೆ, ವಿರೀದಿದಾರಿಗೆ ಈ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಸೀಮಿತ ಮಾಹಿತಿ ಇರುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

4.01 ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ :

ಈ ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವ ವಿಸ್ತೃತ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯು ಮಾರಾಟ ಭಾಗಿದಾರರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ತಕ್ಷಣದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಹಾಗೂ ಹೆಚ್ಚು ವಿಸ್ತೃತ ಖರೀದಿದಾರರು ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಟಿಸಲು ಸಮನಾದ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ(ಹಿಂದಿನ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಳಾವಕಾಶ ಇರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಆಸ್ತಕ್ಕೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಭಾಗವಟಿಸುವ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ). ಹೋಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುವುದರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ಮ ತೀರ್ಮಾನ ಕ್ಯೆಸ್‌ಎಂಜಲು ಅವಕಾಶವಾಗುತ್ತದೆ(ನಿಗದಿ ಮಾಡಿದ ಧಾರಣೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟವಾಗಬೇಕಾದರೆ ರೈತರು ಒಬ್ಬೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ). ಹೋಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತೃತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಮಾಣ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಇವಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಧಾರಣೆಯು ಉತ್ಪನ್ಮವಾಗಿ ನಿರ್ದಾರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ವಿಸ್ತೃತ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯನ್ನು ಈಗ ಅಳವಡಿಸಲಾಗಿರುವ 22 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಮುಂದಿನ ಆರು ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಇನ್ನೊಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸುವ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಇದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮಧ್ಯಮ ಅಧಿಕಾರೀಗಳಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಾಗಿದ್ದ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದು ದತ್ತ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸಲು ಆಗುವಂತಹ ಸಂಪರ್ಕ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರವಾಗುವ ಸುಮಾರು ಅರ್ಥದಷ್ಟು ಹೌಲ್ಯದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತವೆ.

ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ವಿವರಿಸುವ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಭರಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತೃತ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಇಲ್ಲಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಯದ ತೀವ್ರತೆಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸಂಪರ್ಕ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಾಗಳನ್ನು ಹೊಂದುವುದರ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಇತರೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಬದಲಾಗಿ ಧಾರಕೆಯನ್ನು ನಮೂದಿಸಲು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಟ್ಯಾಬ್ಲೆಟ್‌ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಮೇಲೆನ ವಿಧಾನದಿಂದ ರಾಜ್ಯದ ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತೃತ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡತಿಯಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತಂದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಧಾರಣೆ ಉತ್ಪನ್ಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಾರಿಸಬಹುದಾಗಿ ನಿರ್ದಾರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಆದಾಗ್ಯಾ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ತಂದಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಸಮರೂಪತೆ ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಾಂಶಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷೆಸಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಹರಾಜು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಈ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ.

4.02. ಮಾದರಿ ಪಡೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕಾಶವ ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನೂ ಪರೀಕ್ಷೆಸಬೇಕಾದರೆ, ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನೋಡಿದೇ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಟಿಸುವುದರಿಂದ ಉದ್ಘಾಟಿಸಲು ಹಾದಿದ್ದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾದಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹಾಗೂ ಅವಶ್ಯಕ ಪರೀಕ್ಷೆ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಬೇಕಾಗುತ್ತವೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಲ್ಪಿಸಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೆಶಲ್ಯಾಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪರೀಕ್ಷೆ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ನಿಯಂತ್ರಣಾವಿಧಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಂಡವಾಳದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು ಹಾಗೂ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವ ಇರುವ ಖಾಸಗಿ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಆವ್ಯಾಸಿಸಿ ಸದರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿ, ಸ್ವಾದೀನ ಪಡೆದು, ಚಟುವಟಿಕೆ ನಡೆಸಿ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ 12 ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ಏರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿದಾರರಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲರೂಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚನೆ ಮಾಡಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರ್ದಾರಣನ್ನು ಮತ್ತು ಪರೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ವಿವರಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕು.

ಮಾದರಿ ಪಡೆಯಲು ಹಾಗೂ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವ ಇರುವ ಖಾಸಗಿ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಆವ್ಯಾಸಿಸಿ ಸದರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿ, ಸ್ವಾದೀನ ಪಡೆದು, ಚಟುವಟಿಕೆ ನಡೆಸಿ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಯ್ದು ಮಾಡಲಾದ ಉತ್ಸನ್ಗಳ ಗುಣಪರಮಾಣ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಇರುವ ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರರೊಂದಿಗೆ ಬಚಿಸಿ ನಿರ್ದರ್ಶಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಸನ್ಗಳ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ಬೇಕಾದ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಣಿತಿ ಇರುವಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಒದಗಿಸಿದಲ್ಲಿ ಕೃತಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಭಾಗೀದಾರರಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬಗ್ಗೆ ನಂಬಿಕೆ ಉಂಟಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುವುದು.

ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಶೀಮಾನ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಉತ್ಸನ್ಗಳ ನಮೂನೆ ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುವುದು. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ರೈತರು ನಮೂನೆ ಪಡೆಯುವ ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಲು ಹಿಂಜರಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಅವರ ಉತ್ಸನ್ಗಳ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಆಗುವಂತಹ ಲಾಭಗಳ ಕುರಿತು ಸಾಕಷ್ಟು ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಸುಧಾರಣೆ ಪ್ರಯೋಗದಲ್ಲಿ ಅವರು ಸ್ವೀಕ್ಷೇಪಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಇದು ಆಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕವಾಗಿ ನಿಗದಿತ ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಜಟಿಲವಾಗಿ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಉಚಿತವಾಗಿ ಸದರಿ ಸೇವೆಯನ್ನು ರೈತರಿಗೆ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

4.03. ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ :

ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಧಾರಣೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಇನ್ನಿತರ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಲು ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರದಿಂದ ಇಂತಹ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ರೈತರು ವೆಚ್ಚ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಸುಧಾರಣೆ ತರುವ ಯಾವುದೇ ಯೋಜನೆಯು ರೈತರ ಪರವಾಗಿರಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಮಂತ್ರಾಲಯದವರು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಫಲಕಗಳನ್ನು ಹಾಕಿರುವುದು ಸರಿಯಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಇದು ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಫಲಕದಲ್ಲಿ ಬರುವ ಮಾಹಿತಿಯು ಆ ಕ್ಷಣಾದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ದಾರದ ಯಾವುದೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯಾಗಿರಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವ ಮಾಹಿತಿಯು ರೈತರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಬರಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಧಾರಣೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಇನ್ನಿತರ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಲು ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರದಿಂದ ಇಂತಹ ಅಸಮರೂಪತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರು ಸೂಕ್ತ ಶೀಮಾನವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯವಾಗಬೇಕು ಎನ್ನುವುದಾಗಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬಿಗೂ ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಮಾಹಿತಿ ಅಂದರೆ, ರೈತರಿಗೆ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವ ಉತ್ಸನ್ದ ದಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ದೇಶದ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿ ಆಗತ್ತೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಸನ್ದವನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬದಲಾಗಿ ಬೇರೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಆಯ್ದು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದಾಗಿದೆ. ಸದರಿ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದ ಅವರು ಯಾವಾಗ ತಮ್ಮ ಉತ್ಸನ್ದವನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡಬೇಕೆನ್ನುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ದರ್ಶಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುವ ರೈತರಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಸುಮಾರು 50 ಕೆ.ಮೀ. ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರು ಉತ್ಸನ್ಗಳ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರೈತರ ಹೆಸರು ನೇಂದಾಯಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ತಗಲುವ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುವುದು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಯನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ನೀಡಿದರೆ ಅದರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಇಂತಹ ಸೇವೆಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಂದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕೆಂದು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೊಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಲಾಭ ಗಳಿಸಬೇಕೆನ್ನುವುದು ಉದ್ದೇಶವಲ್ಲ ಆದರೆ, ಲಾಭ-ನಷ್ಟವಿಲ್ಲದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸೇವೆ ನೀಡಬೇಕೆನ್ನುವುದು ಮಾತ್ರ ಈ ಶಿಫಾರಸ್ಸಿನ ಅರ್ಥ.

ಇನ್ನಿತರೆ ಆಸಕ್ತಿರಿಗೆ ಬೆಲೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ಸೂಕ್ತವಾದ ತತ್ವವನ್ನು ಪಾಲಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತ. ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಗದಿತ ಅವಧಿಯೊಳಗೆ ಯಾವುದೇ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಸೂಲಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಒದಗಿಸುವಂತಿರಬೇಕು. ಆದರೆ, ತಕ್ಷಣದ ಮಾಹಿತಿ ಅಧವಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಿಂದ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಏನಿಮೂಲ ಕೇಂದ್ರ ಅಧಿಕಾರ ಸರ್ಕಾರವು ಸೂಕ್ತ ರಿಷಾಜುಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಸಿಸುವುದು, ಸುಧಾರಣೆ ಯೋಜನೆಯ ಭಾಗೀದಾರರಾದವರು

ಒಬ್ಬರಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬಿರಿಗೆ ವಿಶೇಷಣಾತ್ಮಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಪರಸ್ಪರ ಉಪಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಹೆಚ್ಚುವಿಲ್ಲದೆ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುವ ರೈತರಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಸುಮಾರು 50 ಕಿ.ಮೀ. ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಧಾರಕೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರೈತರ ಹೆಸರು ನೊಂದಾಯಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

4.04. ಹರಾಜು ನಂತರದ ಕ್ರಿಯಾ ಪದ್ಧತಿ :

ಹರಾಜು ನಂತರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯ ಮೂರಿಗೊಳ್ಳುವವರಿಗೆ ಏವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದಂತಹ ಪಢ್ಣತಿಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಎರಡು ಜಾತಿಯವರಿಗೆ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು. ಅವುಗಳಿಂದರೆ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತೂಕ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಜೀಲಕ್ಕೆ ತುಂಬಿವುದು ಹಾಗೂ ರೈತರಿಗೆ ಲೆಕ್ಕೆ ತೀರುವಳಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ದಲ್ಲಾಲರು ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟದ ದಾಖಿಲೆಯನ್ನು ನೀಡಿ ಅವರಿಂದ ಹಣ ಪಡೆಯುವುದು.

ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕ ದಾಖಿಲೆಯನ್ನು ಹರಾಜು ಕ್ರಿಯೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಜೋಡಿಸಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ತಕ್ಷಿಗಳು ತಂತ್ರಜ್ಞನ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದು ಸ್ವಯಂ ತೂಕವನ್ನು ದಾಖಿಲಿಸುವಂತೆ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುರುತಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಜೋಡಿಸೆಯಾಗಿರುವಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕು. ತೂಕ ಮಾಡುವ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುರುತಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು ಲಭ್ಯವಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಮಾನವಿಕ ಶೈಮೆಲ್ಲದೆ ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುರುತಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕ ದಾಖಿಲಾಗಬೇಕು. ಈ ರೀತಿ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಕ್ಯಾಂಪ್ ಮೂಲಕ ದಾಖಿಲಿಸುವಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕದ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಿಲಿಸಿದ ತಕ್ಷಣ ರೈತರಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿಸುವ ವಿವರ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರು ಹಣ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಾತಿಯವರಿಗೆ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತರುವಲ್ಲಿ ಇದೆಂದು ಪ್ರಮುಖ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾದ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾರಾಟ ದಾಖಿಲೆಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಿ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಕಳುಹಿಸಬೇಕು. ದಲ್ಲಾಲರು ಇದರ ಮುದ್ರಿತ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ರೈತರು ಹಾಗೂ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ರೈತರು ಹಾಗೂ ಖರೀದಿದಾರರ ದಾಖಿಲೆಗಳನ್ನು

ಇಡುವುದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ವ್ಯವಹಾರ ವಿವರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ದಾಖಿಲೆಗಳನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರದವರ ಹೆಚ್ಚೆಚ್ಚು ಮೂಲಕ ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಜ್ಞಾನ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಭಾಗೀದಾರರಿಗೂ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅತ್ಯಂತ ಉಪಯೋಗಕರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಯಾವುದೇ ಮಾನವಿಕ ಶೈಮೆಲ್ಲದೆ ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುರುತಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕ ದಾಖಿಲಾಗಬೇಕು.

ದಿನದ ಕೊನೆಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ದಲ್ಲಾಲರು ಹಾಗೂ ಖರೀದಿದಾರರ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನದ ದಾಸ್ತಾನು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಹಿಂದಿನ ದಿನ ಬಾಕಿ ಇದ್ದಂತಹ ದಾಸ್ತಾನು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮತ್ತು ಸದರಿ ದಿನದಂದು ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪಡೆದು ದಿನದ ಕೊನೆಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ದಲ್ಲಾಲರು ಹಾಗೂ ಖರೀದಿದಾರರಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಗ್ರಹದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಕೇಂದ್ರ ಕಛೇರಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ರಾಜ್ಯದ ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರವಾದ ಮತ್ತು ದಿನದ ಕೊನೆಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ದಲ್ಲಾಲರು/ಖರೀದಿದಾರರಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹದಲ್ಲಿದ್ದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚೆಸ್ವೇಚ್ಚಿಸಿ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕದ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಿಲಿಸಿದ ತಕ್ಷಣ ರೈತರಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿಸುವ ವಿವರ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರು ಹಣ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಾತಿಯವರಿಗೆ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತರುವಲ್ಲಿ ಇದೆಂದು ಪ್ರಮುಖ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

4.05. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವುದು :

ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರ ಕಲಂ 77-ಎ ದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಖರೀದಿದಾರಿಂದ ಮಾರಾಟದ ಹಣವನ್ನು ತಕ್ಷಣ ಪಡೆದು ರೈತರಿಗೆ ಪಾವತಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಈ ಕಲಂನ್ನು ಅನುವ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ತಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಸುಧಾರಣೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿ ಸದರಿ ಕಲಂನ್ನು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರನ್ನು ವಿಶ್ವಾಸಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು

ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಲಂನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕೈಯಿಂದ ಮಾಡದೇ ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಅವಶ್ಯಕವಿದ್ದಲ್ಲಿ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಸಮಯವನ್ನು ಪೂರಂಭದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಸುಧಾರಣೆಯಾದ ಹಾಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿಯಾಗುವಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡಿದ ನಂತರವೇ ಉತ್ಪನ್ನನ್ನು ತೆಗೆದುಹೊಂಡು ಹೋಗಲು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

ಮೇಲೆ ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿದಂತೆ ನೇರವಾಗಿ ರೈತರಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದರೂ ರೈತರ ಖಾತೆಗೆ ಪಾವತಿಯಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಅಂತಿಮ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಪರಿಷಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಸದರಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದರೆ ಹಳ್ಳಿಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ಹಣ ದೊರೆಯುವಂತೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಂಡು ಹಿಡಿಯಲು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಪ್ರಮುಖ ಸರ್ಕಾರಿ ಹಾಗೂ ಖಾಸಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಸಭೆಗೆ ಕರೆದು ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಂಡು ಹಿಡಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಸದರಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣ ನೀಡಲು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದ್ದು, ಸದರಿ ವಿವರಿಸಬೇಕಾಗಿ ತೀರ್ಮಾನಿಸಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ರೈತರ ಮನೆ ಬಾಗಿಲಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಜಾರಿಯಾಗಲು ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಸಾಕಷ್ಟು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ನೀಡಬೇಕೆಂದು ಮಾಡಿರುವ ಶಿಫಾರಸ್ಸಿನಿಂದಾಗಿಯೇ ರೈತರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಶಾಸನದ ಅಂತ ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ತಡೆಹಿಡಿಯಬಾರದು. ಮುಂದಿನ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆ ಇಂದಿನ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗೆ ಕುಂದಕವಾಗಬಾರದಂದು ಸಮಿತಿಯು ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸ್ವಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

4.06. ಮಧ್ಯವರ್ತೀಗಳ ಪಹಿವಾಟಿಗಳು :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯವರ್ತೀಗಳಾದ ದಲ್ಲಾಲರು ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ವಿವರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯಿದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ/ಮಾರಾಟ ರಿವಾಚಗಳ ಪಾವತಿ. ಎರಡನೆಯಿದು ಅವರ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಗ್ರಹ ವಿವರಗಳ ಸಲ್ಲಿಕೆ ಮೊದಲಾದವುಗಳು.

ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯಾನ್ಯಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ದಾಖಿಲೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರು ಮುತ್ತಿರುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಧ್ಯವರ್ತೀಗಳು ಅವರ ವಹಿವಾಟಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಬಂದು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ರೈತರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡಿದ ರೀತಿಯಂತೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಂದ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿದು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಖರೀದಿದಾರರ ಖಾತೆಗೆ ಖಿಚು ಹಾಕಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರದ ಖಾತೆಗೆ ದಾಖಿಲಿಸಿ ಇಮಾ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಲೆಕ್ಕಪತ್ರವನ್ನಿಡುವ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯವರು ಈ ಕಾರ್ಯದ ಬದಲು ಇನ್ನಿತರೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಧ್ಯವರ್ತೀಗಳು ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾದ ದಾಖಿಲೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ನಮೂನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಸಿಸ್ಟಮ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯಾನ್ಯಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಸೂಕ್ತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬಹುದೆಂದು ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಂದ ತಪಾಸಣೆಗಾಗಿ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಇನ್ನಿತರೆ ವರದಿಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಥವಾ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಇಂತಹ ವರದಿಗಳನ್ನು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ನಿರ್ವಹಿಸುವವರ ಸಹಾಯದಿಂದ ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಈ ರೀತಿ ಪಡೆದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯೂ ಸಹ ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ಅನ್ವಯಿಸಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ವರದಿಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸುವಂತೆ ಸದರಿ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ತಿಳಿಸುಹುದಾಗಿದೆ.

ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯಾನ್ಯಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ದಾಖಿಲೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರು ಮುತ್ತಿರುತ್ತಿರುತ್ತಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪಡೆಯುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಮಧ್ಯವರ್ತೀಗಳು ಅವರ ವಹಿವಾಟಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಬಂದು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಈ ತರಹದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಖರೀದಿ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ತೊಡಿಗಿರುವ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿ ಸಮಯ ಉಳಿತಾಯವಾಗಿ ಅವರು ಈ ಸಮಯವನ್ನು ತಮ್ಮ ಉದ್ದಿಮೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ವಿನಿಯೋಗಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

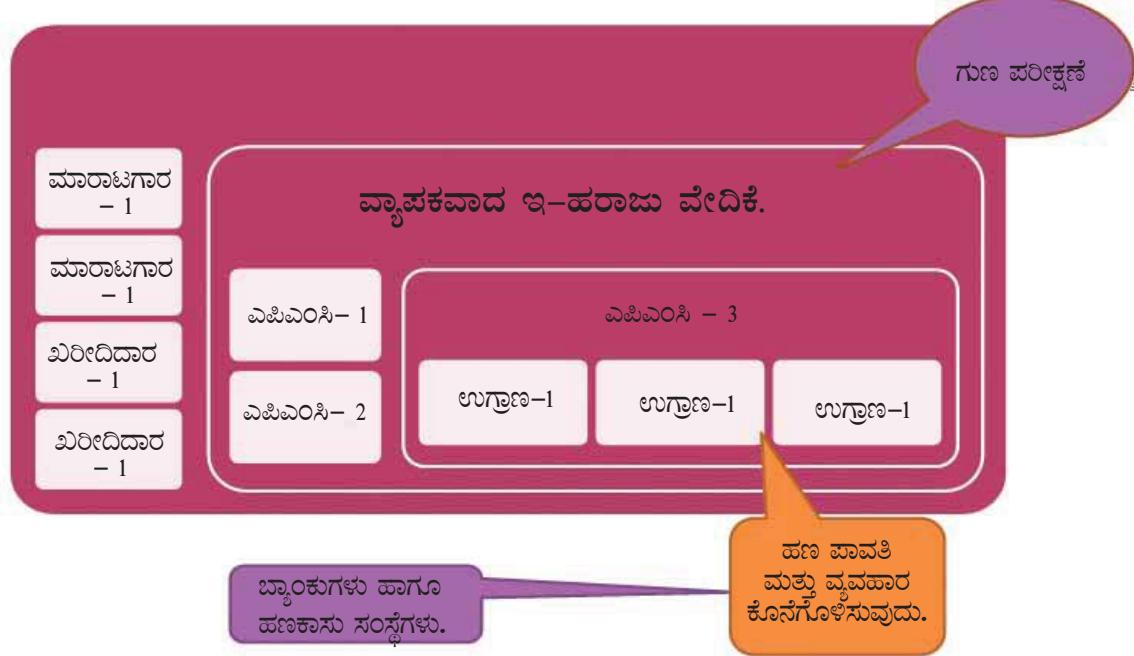
4.07. ಹರಾಡು ವೇದಿಕೆ-ದೀಘಾಂವಧಿ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ :

ಇಲಾಖೆಯ ವಿನಿಯೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಾದ ಎನ್.ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎನ್.ಸ್-ಸ್ಟ್ರೋ, ಎಮ್.ಸಿ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎನ್.ಎಸ್.ಇ.ಎಲ್. ಮತ್ತು ರಿಲ್ಯೂಯನ್ಸ್ ಸ್ಟ್ರೋ ಎಕ್ಸ್ಫೆರ್ಜ್ ಇನ್ವೆಸ್ಟಿಗ್ಲ್ಯೂರ್ ಇವರಿಗೆ ಸ್ಥಾನಿಕ ವಿನಿಯೋಗ ಕೇಂದ್ರ ಸ್ಟ್ರೋಪನ್‌ಗಾಗಿ ಪರವಾನಿಗೆ ನೀಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾರು

ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಎನ್‌ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ಮಾತ್ರ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಿಸುತ್ತಿದೆ. ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಎನ್‌ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ಉಪ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಎನ್‌ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯೇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ವ್ಯಾಪಾರ ವಿನಿಮಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಶೇ.೫೦ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ವರ್ಷಾವಾರ್ತೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾಗಿದೆ.

ಸರ್ಕಾರವು ಪ್ರಜಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ಸಂಸ್ಥೆಯು ನೀಡುವ ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಿನ್ಯಾಸವು ಇದುವರೆಗೆ ಹಂಚಿಕೊಂಡಂತಹ ವಿನ್ಯಾಸಕ್ಕಿಂತ ನಿಸ್ಸಂಶಯವಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು, ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿನ್ಯಾಸದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ತರಲು ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಇ-ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆ.



ಮೇಲೆ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿದ ಅಂತರ್ಗಳು ಅಂದರೆ ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆ ಅಳವಡಿಸುವುದು(ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಅಥವಾ ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ), ಹರಾಜು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಾರ್ಥಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವುದು, ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಹಾರ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಹಾಗೂ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವರ್ವಿಫಾಟು ದಾಖಲೆಗಳ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಲಭ್ಯವಿರುವುದನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಸಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನೀಡಿರುವಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮಿತಿಗೆ ಶ್ರಮಿಸ್ತು ಇದೆ. ಆದರೆ, ಎರಡು ಪ್ರಮುಖ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮೊದಲನೆಯದು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ದೊರೆಯಬೇಕು ಮತ್ತು ಏರಡನೆಯದಾಗಿ ಅಂತಿ-ಸಂಪೂರ್ಣ ಹಾಗೂ ಮಾಹಿತಿಯ ಭದ್ರತೆ.

ಮೊದಲನೇ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಇರುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಎನ್-ಸ್ಪ್ರೋ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸೇವೆಯನ್ನು ಶ್ರೀಕರವಾಗಿ ನೀಡುವ ಹಂತದವರಗೆ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯು ಇಲ್ಲಿದಿರುವುದರಿಂದ ಸರ್ಕಾರವು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಅಂತಿ-ಸಂಪೂರ್ಣ ಮೂಲ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿದೆ. ಮೂಲ ಸಂಕೇತದ ವಕ್ಷನ್ನು ಶೇ.೫೦ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಇಲ್ಲದಂತೆ ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುವ ವಿಶೇಷ ಕಾರ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆ(Special Purpose Vehicle)ಯಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಶೇಷ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ಇನ್ನಿತರೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೂಡ ಅಳವಡಿಸಬಹುದು, ಇದರ ಕುರಿತು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಂತಿ ಸಂಖ್ಯೆಗಳ ಭದ್ರತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರ/ವಿಶೇಷ ಸಂಸ್ಥೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿ ಪ್ರತಿದಿನದ ವಚನವಾಟಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರಕ್ಕೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪುನಃ ದಾಖಲಿಸುವುದರಿಂದ ಸಂದರ್ಭ ಬಂದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವುದು ಕಷ್ಟವಾದಲ್ಲಿ ಬದಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲವನ್ನಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಂರಕ್ಷಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಅತಿಂದಿನ ಪರಿಣಾಮ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಬೇಕಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕನುಗೊಂಡಾಗಿ ತಾಂತ್ರಿಕ ಮತ್ತು

ಸಲಹಾ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಲು ಈ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ನೀಡಲು ಹಾಗೂ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪರಿಣತಿ ಹೊಂದಿರುವ, ಎನ್-ಸ್ಟೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಕೋರಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮುಂದುವರೆದು, ಸರ್ಕಾರವು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ಮೂಲಕ ಎನ್-ಸ್ಟೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ನಿರ್ವಹಿಸಬಾಗಿ ನಡೆಯುವಂತೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಭದ್ರತೆ ಹಾಗೂ ರಹಸ್ಯತೆಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಎಲ್ಲ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಎರಡೂ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಹಕ್ಕು, ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯದ ವಿವರಗಳನ್ನು ನಮೂದಿಸಿದ ಒಂದು ಒಷ್ಣದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ

ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಬಿಲಪಡಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ತರಬಹುದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ವೈವಿಧ್ಯತೆಯಿಂದ ಈ ವಿನ್ಯಾಸವು ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗಿದೆಯಾಗಿ ಅನುಕಾಲವಾಗುವಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿನ್ಯಾಸವನ್ನು ಬಿದಲಾಯಿಸುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಮಾನ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಒಂದು ನವೀನತೆಯ ಕುರಿತು ಜರ್ಜಿಸಲಾಗಿದೆ.

ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಯಾ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಬೇಡಿಕ ಹಾಗೂ ಪೂರ್ವಕೆ ಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಸವದ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರವಾದಂತಹ ಧಾರಣೆಯು ವಿಶಾಲವಾದ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುವ ಧಾರಣೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಹಲವಾರು ಸ್ಥಳೀಯ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆಯು ದೊರೆಯಬೇಕಾದಂತಹ ಗರಿಷ್ಣ ಧಾರಣೆಗಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಇರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಪರಿಮಾಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದ ಧಾರಣೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹೊರಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಉತ್ಸವದ ಹೆಚ್ಚಿರಿ ಪೂರ್ವಕೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ ಇದ್ದಾಗ ಪೂರ್ವಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುವುದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿದ ಮಾರ್ಪಾಕೆ ಪ್ರಮಾಣವ ಬೇಡಿಕ ಇರುವ ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ರವಾನೆಯಾಗುವುದು.

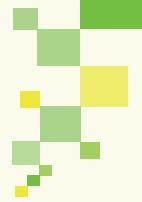
ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಧಾರಣೆಯು ಇರಬೇಕಾದ ಗರಿಷ್ಣ ಧಾರಣೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರದ ಮೂಲಕ ರೈತರು ಪೂರ್ವನಿರ್ಧರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ಸವವನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ತರುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ವೆಚ್ಚಾಗುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಂದಂತಹ ಉತ್ಸವವನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ತಾತ್ಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಸವವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿರೆ(ವಾಸ್ತವಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಕುರಿತು ಮುಂದೆ ಜರ್ಜಿಸಲಾಗಿದೆ). ಆದರೆ, ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಸವವನ್ನು ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡಬೇ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ ಇರುವ ಬೇರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ

ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ರೈತರಿಗೆ ಒಂದು ಅವಕಾಶವಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರವೆಂದರೆ ಒಂದೇ ಉತ್ಸವದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆ.

5.01. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದಾಗಿ ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪೂರ್ವಕೆ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವಂತೆ ಉತ್ಸವಗಳನ್ನು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡಬೇ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಮಗ್ರೀಗಾಗಿ ಮತ್ತು ದೂರದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು ಭಾಗಿಯಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಉತ್ಸವಗಳ ಗುಣಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಸವಗಳ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ಸದರಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರಿಗೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು, ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇವುಗಳ ಅಗತ್ಯತೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿವೆ.

ಒಂದು ಸಾರಿ ಉತ್ಸವವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಿ ಅದರ ಗುಣಾಂಶಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದರೆ ಹರಾಜಿನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಉತ್ಸವದ ಭೌತಿಕ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಕೇಂದ್ರೀಯ ಅಂತಿಸಂಖ್ಯೆ ಕೇಂದ್ರಾಕ್ಷಕ್ಕೆ ಜೋಡಿಸಲಬ್ಬಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಸವದ ಬಗ್ಗೆ (ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ಅದೇ ಉತ್ಸವದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಇತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ (ಕೊನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಯು ಸಮರ್ಗ ಪ್ರದೇಶದ ಬೇಡಿಕ ಪೂರ್ವಕೆಗಳನ್ನು ಗುಣವಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಬೆಲೆಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚದ ವ್ಯತ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಇರುತ್ತದೆ.

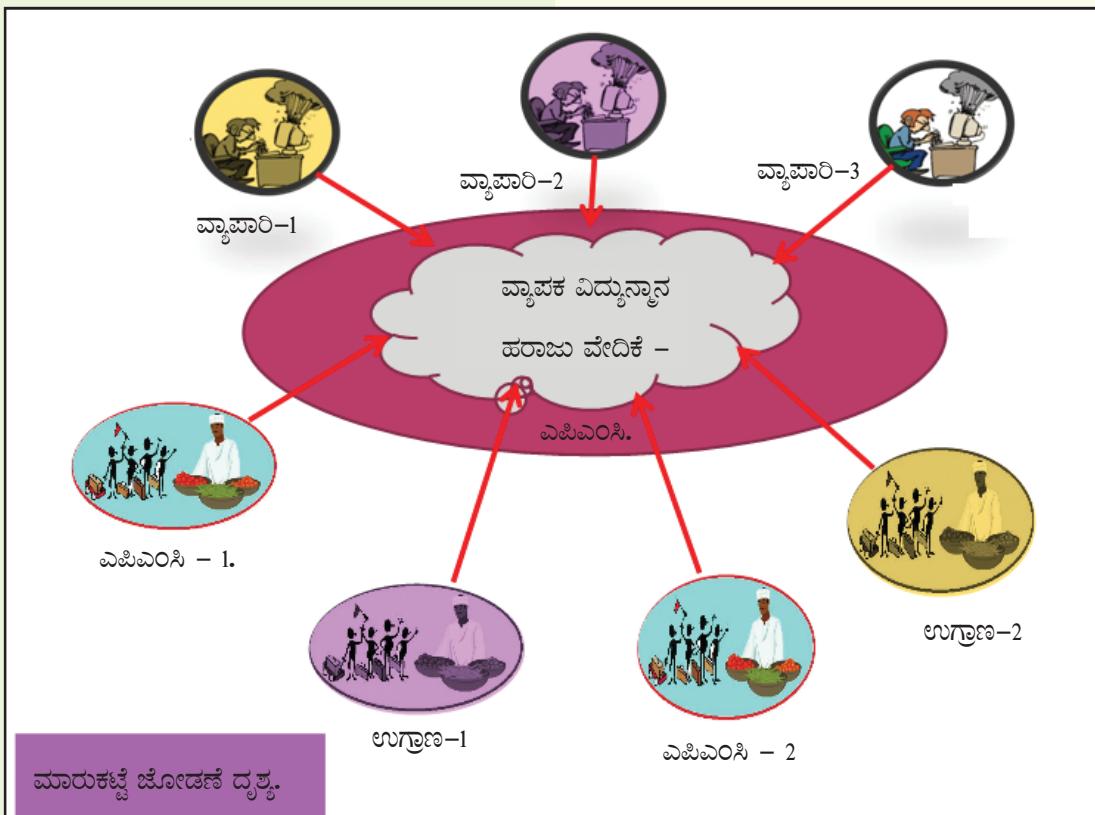


ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದಾಗಿ ಒಂದು
 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಹಣಕ್ಕನ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು
 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಹಣಕ್ಕನ ಮಾರ್ಪಕ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ
 ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವಂತೆ ಉತ್ಸನ್ಯಗಳನ್ನು ಭಾಿಕವಾಗಿ
 ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡದೇ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ
 ಸಮಗ್ರತೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ದೂರದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಿವಿಧ
 ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು ಭಾಗಿಯಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಲು
 ಉತ್ಸನ್ಯಗಳ ಗುಣಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಸನ್ಯಗಳ ಪ್ರಮಾಣಗಳ
 ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ಸದರಿ ಮಾಡಿಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ
 ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು, ಹಣ ಪಾಪತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ
 ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಜ್ಯ ತೀವ್ರಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ
 ಇವುಗಳ ಅಗತ್ಯ ಪರಮ್ಯವಾಗಿವೆ.

ಅದುದರಿಂದ, ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ವಿದ್ಯಾನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದ ತಕ್ಷಣ ಸದರಿ ಉತ್ತರ್ವ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಜೀವನ್ತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋತೆಗೆ ತಕ್ಷಣಿಂದ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಅದೇ ರೀತಿ ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಉತ್ತರ್ವಗಳು ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆ ಎಲ್ಲ ಉತ್ತರ್ವಗಳ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋತೆಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಹಕ್ಕಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ

ರಾಜೇಬೆನ್ನೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹತ್ತಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಬೈಲಹೊಂಗಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ರಾಜೇಬೆನ್ನೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮೆಕ್ಕೆಚೋಳ ಮಾರಾಟವಾಗುವುದರಿಂದ ಸದರಿ ಮೆಕ್ಕೆಚೋಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾದ ದಾಖಣಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದು. ಅದೇ ರೀತಿ ಶಾಗರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರಾಯಚೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಗುಲಬಗಾ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ರಾಯಚೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿಯೂ ಮಾರಾಟವಾಗುವುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ಹತ್ತಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ರಾಜೇಬೆನ್ನೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಜೋಡಣೆಮಾಡುವುದು.

ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸುಗಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಾಗಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಪರವಾನಗಿ, ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಇರುವ ನಿಂಬಂಧನೆಗಳು ಇನ್ನೊತ್ತರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ದೂರದ ಖರೀದಿದಾರರು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತಹ ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರವಾಗುವ ಪ್ರತಿ ಉತ್ಸುಕ್ತೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಾಗೂ ಸದರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಇರುವಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಂತರ ಹೊದಲಾದ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.



5.02. ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆಗೆ ಉತ್ತಮಗಳ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆ ಅವಶ್ಯಕವೆನ್ನುವುದನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜೋಡಣೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ ದೂರದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ವಿರೀದಿದಾರರು ಉತ್ತಮವು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಸಮನವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದಕ್ಕೆ, ಉತ್ತಮಗಳ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟಕಟ್ಟಿರುವ ಉತ್ತಮದ ಕುರಿತು ದೂರದಲ್ಲಿರುವ ವಿರೀದಿದಾರರು ಸಮನವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಡಿಯನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಅಂತಿಮ ಅವಶ್ಯಕ.

5.03. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವುದು :

ಹಿಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ತಮದ ಮಾರಾಟದ ಹಣವನ್ನು ರೈತರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಜಮೆ ಮಾಡುವ ಕುರಿತು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆಗೆ ಇಂತಹ ಕ್ರಮವು ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಾಗಿದೆ.

ದಿನದ ಕೊನೆಗೆ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹರಾಜು ಪ್ರತೀಯೆ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿ ದಲ್ಲಾಲರು ಕೊನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿರೀದಿದಾರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ರೈತರ ಉತ್ತಮವನ್ನು ತಮ್ಮ ವಶಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪ್ರತೀಯೆ ಮುಕ್ತಾಯದ ಬಗ್ಗೆ ದೃಷ್ಟಿಕರಣದ ನಂತರ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದಂತಹ ಉತ್ತಮದ ಹಣವನ್ನು ದಿನದ ಕೊನೆಯೋಳಿಗೆ ರೈತರ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪದ್ಧತಿಯಂತೆ ಕೊನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿರೀದಿದಾರರು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಕೆಲವು ಸಮಯದ ನಂತರ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ಹಾರದೋಳಗಾಗಿ ಪಾವತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವ ಸಂಬಂಧವಾಗಿ ಕೊನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿರೀದಿದಾರರ ಖಾತೆಗೆ ವಿಚು ಹಾಕಿದ ಹಣವನ್ನು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ವಿರೀದಿದಾರರು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ ಉತ್ತಮದ ವಿಲೇವಾರಿಯು ಮಾರಾಟ ಆದ ದಿನವೇ ಆಗದಿರಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರು ಸದರಿ ಉತ್ತಮದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ವಿರೀದಿದಾರರ ಸೂಚನೆಯ ಅನುಸಾರ ಹಣ ಪಾವತಿಯಾದ ನಂತರ ಅವರಿಗೆ ವಿಲೇವಾರಿ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು(ಉತ್ತಮ ವಿಲೇವಾರಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ನಿಗದಿ ಮಾಡಿರುವ ಗರಿಷ್ಟ ದಿನಗಳು, ದಲ್ಲಾಲರು ವಿಧಿಸಬಹುದಾದ ಸೇವಾ ಶುಲ್ಕ, ಸಂಗ್ರಹ ಶುಲ್ಕ ಮೊದಲಾದವು) ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಹೊರಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

5.04. ವ್ಯಾಜ್ ತೀಮಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ :

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ ಸ್ವಷ್ಟವಾದ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ದಲ್ಲಾಲರು ವಿರೀದಿದಾರಿಗೆ ವಿಲೇವಾರಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಉತ್ತಮವನ್ನು ಪರದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಲೇವಾರಿಯಾಗುವಂತೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಅವರು ವಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ವಿರೀದಿದಾರರು ಉತ್ತಮದ ಗುಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಯಾವ ಸಮಯದೋಳಗೆ ದೂರ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು, ಎರಡನೆಯ ಸಾರಿ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಕ್ರಮಗಳು, ವಿರೀದಿದಾರರು ಉತ್ತಮವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ನಿಗದಿ ಮಾಡುವ ಗರಿಷ್ಟ ಅವಧಿ, ವಿರೀದಿದಾರರು ಹಾಗೂ ದಲ್ಲಾಲರ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮೊದಲಾದಂತಹ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸ್ವಷ್ಟವಾಗಿ ನಮೂದಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಬಾಗಿದಾರರು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯೇತ್ಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದರಿಂದ ಕೆಲವೊಂದು ವ್ಯಾಜ್ಗಳು ತೀಮಾನ ಆಗೇ ಇರಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ, ಅವಶ್ಯಕವಾದಂತಹ ವ್ಯಾಜ್ ತೀಮಾನ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು-ರಾಜೀ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು, ವ್ಯಾಜ್ ತೀಮಾನ ಮಾದರಿಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಸ್ವಷ್ಟವಾಗಿ ನಮೂದಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

5.05. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳು :

ಹಿಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಖಾಗೀದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಕರ್ತೃರೀಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳ ಕುರಿತು ಹೊಸ ಪದ್ಧತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣವಾಗಲು ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬಾಗವಟಿಸುವುದರಿಂದ ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಇದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹ ಒಂದು ವಿವರವನ್ನೆಂದರೆ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನುವುದು. ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿದೆ. ವ್ಯಾಪಾರವು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಹೊಂದಾಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಯತ್ನ ಸಾಕಾಗುತ್ತದೆ(ಈ ಎಲ್ಲ ಜಟಿಲವಾಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಯಾಂ ತೀರಣಗೊಳಿಸಲಾಗುವುದು). ಆದ್ದರಿಂದ, ಅಂತಿಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಪ್ರಮೆಯ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ.

ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ

ಪೂರಂಭಿಸಿದ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಬಲವಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆಯಿಂದ ಬೇಕೆಂದ ನಿರ್ದರ್ಶನೆಯು ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ಧರಣಾದಂತಹ ಉತ್ತರಣೆಯ ಬೇಲೆಯು ವಿಸ್ತೃತ ಅರ್ಥಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಉತ್ತರಣೆಯನ್ನು ಹೊಲಿದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರುವಂತಹ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ನಿರಾರ್ಥಿಸಿದಂತೆ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪರಿಹಾರ ಸೂಚಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ.

6.01. ಉಗ್ರಾಣಗಳ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ :

ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಮಾಡಿ ಗುಣಾಂಶಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ತರಣೆಯನ್ನು ಖುಡ್ಗಿ ನೋಡುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇಲ್ಲ ಎನ್ನುವ ವಿಷಯವನ್ನು ಹಿಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಉತ್ತರಣೆಯನ್ನು ಹೊಲಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರದಲ್ಲಿರುವ ಅಧಿಕೃತ ಉಗ್ರಾಣಗಳಲ್ಲಿ ದಾಸ್ಯನಿಟ್ಟು ದಾಸ್ಯನಿನ ವಿವರಗಳನ್ನು (ಉತ್ತರಣೆ ಗುಣಾಂಶಗಳು, ಪ್ರಮಾಣ, ಸ್ಥಳ ಮೊದಲಾದವುಗಳು) ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಹಾರ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಒಂದು ಕ್ಯಾಶ್ ಉತ್ತರಣೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ (ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ವಾಟ್‌ಟಿಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ, ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ತರಣೆಗೆ ಎಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಆವಕಾಸಗುವಂತಹ ಉತ್ತರಣೆಗಳು(ಪರೀಕ್ಷೆಸಲ್ಟಿಟ್ ಮತ್ತು ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಒಳಗಾಗಿ) ಹಾಗೂ ದೂರದ ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ತರಣೆಗಳೂ ಸೇರಿರುತ್ತವೆ.

ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಜಾರಿಗೆ ಬರಬೇಕಾದರೆ ಕೆಲವು ಮೂಲ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಅನಿವಾರ್ಯ.

6.02. ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರು :

ಹೊಲಕ್ಕೆ ಸಮೀಕ್ಷಾದಲ್ಲಿರುವ ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆಗಳು ಸ್ವೀಕಾರಮಾರ್ಗಬೇಕು, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ರ್ಯಾತರ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು, ನಿಗದಿತ ಗುಣಾಂಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ತರಣೆ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಎಲ್ಲ ವಿವರಗಳನ್ನೂ ಸಹ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನಾನ್ ಹರಾಬು ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯವಹಾರ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು. ಮಾರಾಟ ಆದ ಮೇಲೆ ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ಖರೀದಿದಾರರ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರು ಬಯಸಿದಾಗ ಅವರಿಗೆ ವಿಲೇವಾರಿ ಮಾಡಬೇಕು. ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಉತ್ತರಣೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಿಪರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಉತ್ತರಣೆಯನ್ನು ಯೋಗ್ಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಇತ್ತೀಚೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉಗ್ರಾಣ ನಿರ್ಮಿಸಲು ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸರ್ಕಾರದ ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳಿವೆ. ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉಗ್ರಾಣ ಸೌಲಭ್ಯ ಇಲ್ಲದಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಾರ್ಯರೂಪಗೊಳಿಸುವುದು. ಈ ರೀತಿ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗುವ ಉಗ್ರಾಣಗಳು ಮತ್ತು ಗೋಡಾಮಾಗಳು ಅಧಿಕತ್ವಾರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ಉಗ್ರಾಣದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹಾಗೂ ಅಡಮಾನ ಸಾಲವನ್ನು ನೀಡಲು ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉಗ್ರಾಣ ನಿರ್ಮಿಸಲು ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸರ್ಕಾರದ ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳಿವೆ. ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉಗ್ರಾಣ ಸೌಲಭ್ಯ ಇಲ್ಲದಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಾರ್ಯರೂಪಗೊಳಿಸುವುದು. ಈ ರೀತಿ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗುವ ಉಗ್ರಾಣಗಳು ಮತ್ತು ಗೋಡಾಮಾಗಳು ಅಧಿಕತ್ವಾರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ಉಗ್ರಾಣದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹಾಗೂ ಅಡಮಾನ ಸಾಲವನ್ನು ನೀಡಲು ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಹೊಲಕ್ಕೆ ಸಮೀಕ್ಷಾದಲ್ಲಿರುವ ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆಗಳು ಸ್ವೀಕಾರಮಾರ್ಗಬೇಕು, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ರ್ಯಾತರ ವಿವರಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು, ನಿಗದಿತ ಗುಣಾಂಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ತರಣೆ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಎಲ್ಲ ವಿವರಗಳನ್ನೂ ಸಹ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನಾನ್ ಹರಾಬು ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯವಹಾರ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು. ಮಾರಾಟ ಆದ ಮೇಲೆ ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ಖರೀದಿದಾರರ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಣೆಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರು ಬಯಸಿದಾಗ ಅವರಿಗೆ ವಿಲೇವಾರಿ ಮಾಡಬೇಕು.

ಆದುದರಿಂದ, ಇಂತಹ ಉಗ್ರಾಣಗಳನ್ನು ಬಂಡವಾಳ ಇರುವಂತಹ ನಂಬಲವು ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದುದು. ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟ ಸಾಕಾರಮಾರ್ಗಬೇಕಾದರೆ ಉಗ್ರಾಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲು ಅರ್ಥತ್ವಗಳು, ಅವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು, ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮೊದಲಾದಂತಹ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾದ ಎಲ್ಲ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ

ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುವವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ಮೇಲ್ಮೈಕಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಇರುವಂತಹ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಬಹಳ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಹೊದಲ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ನಿಗಮದ ಆಯ್ದು ಉಗ್ರಾಣಗಳನ್ನು ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಆಯ್ದು ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವವರ ಕೋರೆಕೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿರುವ ಅಧಿಕೃತ ಗೋದಾಮುಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉಪ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳು ಅಥವಾ ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಿಂದು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಘೋಷಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಸದರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸಬಹುದಾದ ಇನ್ನೊಂದು ಸಂಸ್ಥೆ ಎಂದರೆ, ಟಿ.ಎ.ಮಿ.ಸಿ.ಎಂ.ಎಸ್ ಉಗ್ರಾಣಗಳು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಲ ನೀಡುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಇಂತಹ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು ಆಯ್ದು ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿರುವ ತಮ್ಮ ಗೋದಾಮುಗಳನ್ನು ಸದರಿ ಸೇವೆಗಾಗಿ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಇಂತಹ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರು ಕೊಡುವಂತಹ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಅನುಭವ ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ, ಟಿ.ಎ.ಮಿ.ಸಿ.ಎಂ.ಎಸ್.ಗಳು ಅವರ ಗೋದಾಮುಗಳನ್ನು ವಾರ್ಷಿಕ ಒಪ್ಪಂದದ ಅನುಸಾರ ಅರ್ಜಾರಾದಂತಹ ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರಿಗೆ ಬಾಡಿಗೆ ಆಧಾರದ ಮೇರೆಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ವಹಿಸಿಕೊಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉಗ್ರಾಣದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಈ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ನೀಡುವುದು ಅಧಿಕರಣಗಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಉಗ್ರಾಣಗಳ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳನ್ನು ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಒದಗಿಸಿ ಇನ್ನೊಂದು ಸ್ಥಳವನ್ನು ವಾರ್ಷಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವಂತದಲ್ಲಿ ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿದ ಸ್ಥಳದಿಂದ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ಆದಾಯ ಬಾರದಿರಬಹುದು. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿದ ಸ್ಥಳದ ಸಂಪೂರ್ಣ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವಂತದಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಹಾರದಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕದ ಮೂಲಕ ಭರಿಸುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉಗ್ರಾಣಗಳಲ್ಲಿರುವ ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಜಾಗವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಅಥವಾ ಇನ್ನಿತರೆ ಖಾಸಗಿ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರಿಗೆ ಒದಗಿಸಿ ಅವರು ಇಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೋತೆಗೆ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಲು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ರೈತರ ಉತ್ತಮಗಳನ್ನು ಅಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನಿಟಿಪ್ಪು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ರೈತರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

6.03 ಸಂಗ್ರಹದ ಲೆಕ್ಕ ದಾಖಲೆ :

ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣಣೆಯಾಗಿರುವಂತಹ ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ಉಗ್ರಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವ, ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಇಟ್ಟಂತಹ ಉತ್ತಮವನ್ನು ಅಲ್ಲಿಂದ ಚಲನೆಯಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ, ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವಂತೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವನ್ನು ನೀಡುವ, ಮಾರಾಟ ಆದ ನಂತರ ಸಂಗ್ರಹಿತ ಉತ್ತಮವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರ ಹೆಸರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಯಾಂತ್ರೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹ ಲೆಕ್ಕ ದಾಖಲೆ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಎಲ್ಲ ಪೂರಕ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಈಗ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಸಂಗ್ರಹ ಲೆಕ್ಕ ದಾಖಲೆ ವಿಧಾನವು ಉದ್ದೇಶಿತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ, ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್ವಾಗಿ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನೀಡಿರುವಂತಹ ಎನ್-ಸ್ಟೋರ್ಸ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಸಲಹೆಯನ್ನು ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಣಣೆಯಾಗಿರುವಂತಹ ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ಉಗ್ರಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವ, ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಇಟ್ಟಂತಹ ಉತ್ತಮವನ್ನು ಅಲ್ಲಿಂದ ಚಲನೆಯಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ, ಹರಾಜು ವೇದಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವಂತೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವನ್ನು ನೀಡುವ, ಮಾರಾಟ ಆದ ನಂತರ ಸಂಗ್ರಹಿತ ಉತ್ತಮವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರ ಹೆಸರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಯಾಂತ್ರೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹ ಲೆಕ್ಕ ದಾಖಲೆ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಎಲ್ಲ ಪೂರಕ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

6.04 ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ :

ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಂತಹವರು ಅವರ ಉತ್ತಮ್ಮದ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಅಥವಾ ಗುಣಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶವಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಉಗ್ರಾಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಂತಹ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅವರ ಉತ್ತಮ್ಮದ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯೇ ಮಾಡುವುದು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ತಮ್ಮಕ್ಕೆ ನಿಗದಿ ಮಾಡಿರುವಂತಹ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯಾಗಳೇ ತಿಳಿಸಿದ ಹಾಗೆ ಒಂದೇ ತೆರನಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಆದರೆ, ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆ ಎಂದರೆ ಇಂತಹ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯೇ ಮಾಡುವ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಉಗ್ರಾಣದಾರರು ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೇ ಅಥವಾ ಸ್ವತಂತ್ರ ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕೇ ಎನ್ನುವುದು. ಮೊದಲನೆಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಾದರೆ ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುವವರೇ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಆ ನಂತರ ಉದ್ದ್ವರ್ಗಾಗುವ

ವ್ಯಾಜ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಎರಡನೇಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸ್ವತಂತ್ರ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರು ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಗುಣವರೀಕ್ಷಣೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯಾಜ್ಯವು ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ.

ಮೇಲೆ ಹೇಳಿದ ಎರಡೂ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಹಾಗೂ ಅನಾನುಕೂಲಗಳು ಇವೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಇಂತಹದೇ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕೆಂದು ಸಮಿತಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿರುವ ಗುಣ ಹಾಗೂ ಅವಗಣಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಸೂಕ್ತ ನಿರ್ಧಾರ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

6.05 ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು :

ಗೋದಾಮು ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಕಾದಂತಹ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಈ ಹಿಂದೆ ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿದ ವಿಧಾನಕ್ಕಿಂತ ಸ್ವಲ್ಪ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಉಗ್ರಾಣಕ್ಕೆ ಬಂದ ತಕ್ಷಣ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತೂಕ ಮಾಡಿ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನವು ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರ ಅಧಿನಿರ್ದಿಷ್ಟರುತ್ತದೆ. ಹರಾಜು ನಂತರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಂದರೆ ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರ ದಾಖಿಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾಲೀಕತ್ವವನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರಿಂದ ಪಡೆದಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟದ ಹಣವನ್ನು ದಿನದ ಕೊನೆಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾಗಿ ಅಂತಿಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಖರೀದಿದಾರರು ಕೆಲವು ಸಮಯದ ನಂತರ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ವಾರದೊಳಗೆ ದಲ್ಲಾಲರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹಣ ಪಾವತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಅಂತಿಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಖರೀದಿದಾರನ ಖಾತೆಯಿಂದ ಹಣವನ್ನು ತೆಗೆದು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಲ್ಲಾಲರ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡುವುದು ಅವಕ್ಷರ್ಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ಇರುವಂತಹ ಅವಧಿ, ದಲ್ಲಾಲರು ವಿಧಿಸಬಹುದಾದ ಸೇವಾ ಶುಲ್ಕಗಳು, ಉಗ್ರಾಣ ಸೇವಾ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮೊದಲಾದ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕ್ಷಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಹೊರಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಸದರಿ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸ್ವಲ್ಪಮಟ್ಟನ ಸಡಿಲತೆಯನ್ನು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

6.06 ವ್ಯಾಜ್ಯ ತೀವ್ರಾನ :

ಈ ಹಿಂದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಚರ್ಚಿಸಿದ ನಿಯಮಗಳನ್ನೇ ಸೂಕ್ತ ಬದಲಾವಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಗೋದಾಮು ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆಯೂ ಅನ್ವಯಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

6.07 ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಹಿವಾಟಿ :

ಈ ಹಿಂದೆ ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿದಂತಹ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಹಿವಾಟಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಹೊಂಡಿಕೊಂಡಂತಿರುವ ಉಗ್ರಾಣಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತೃತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಂದು ಪರಿಗಣಿಸುವುದರಿಂದ ಈ ವ್ಯವಹಾರದಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗುವ ಸಂಪರ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವು ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಹೋಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

6.08 ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ನೆರವು :

ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ನೆರವು ನೇರವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿನ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಡದಿದ್ದರೂ ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಇದು ಅನ್ವಯಿಸುವುದರಿಂದ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಈ ಕುರಿತು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನಿಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ವಿಟರೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಾಲ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಸಾಲ ನೀಡುವ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಸರ್ಗಾರದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿ ಇಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಸಾಲವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡದ ಹೊರತು ಇಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಹಾಗಿಲ್ಲ. ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಂಡಂತಹ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಅಡಮಾನ ಇಟ್ಟಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಬಿಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ಬದಲಿ ಹಣಕಾಸಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ, ಬ್ಯಾಂಕನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು ಆಸಕ್ತಿ ಕಳೆದು ಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಡಮಾನ ಇಟ್ಟಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ದಾಸ್ತಾನಿಟ್ಟ ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಧಾರಕೆ ಬಂದಾಗ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ದೊರೆಯುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯು ಸ್ವೀಕೃತವಾಗಬೇಕಾದರೆ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಏನ್-ಸ್ವಾರ್ಚ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಿನೂತನ ವಿಧಾನವು ಅನುಕರಣೆಯ. ಅಡಮಾನ ಇಟ್ಟಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ಬರಬಹುದಾದಂತಹ ಹಣವನ್ನು ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿಗಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಿ ಬಾಕಿ ಉಳಿದ ಹಣವನ್ನು ಸಾಲ ಪಡೆದವರಿಗೆ ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಏನ್-ಸ್ವಾರ್ಚ್ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟವಾದ ನಂತರ ಸಾಲ ನೀಡಿದ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಒಳಗೆಯೆಂದಿಗೆ ಸದರಿ ಸಾಲವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಾಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಪ್ತಿದ ವಿವಿಧ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಸದರಿ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣ ಒದಗಿಸುವಿಕೆಯು ಸುಲಭವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಈ ಹೊಸ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ, ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನಿಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣ ಒದಗಿಸುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ದಾಸ್ತಾನಿಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆಂದು ಸಮಿತಿಯು ಅಭಿಪೂರ್ಯಪಡುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಬ್ಯಾಂಕರುಗಳ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಗಾರವನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಉಗ್ರಾಣದಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನಿಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕರುಗಳು ಹಾಗೂ ಜನ್ಮಿತರೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಾಲ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಸಾಲ ನೀಡುವ ಬ್ಯಾಂಕರುಗಳು ಸಂಗ್ರಹದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಅಧಾರವಾಗಿ ಇಟ್ಟಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

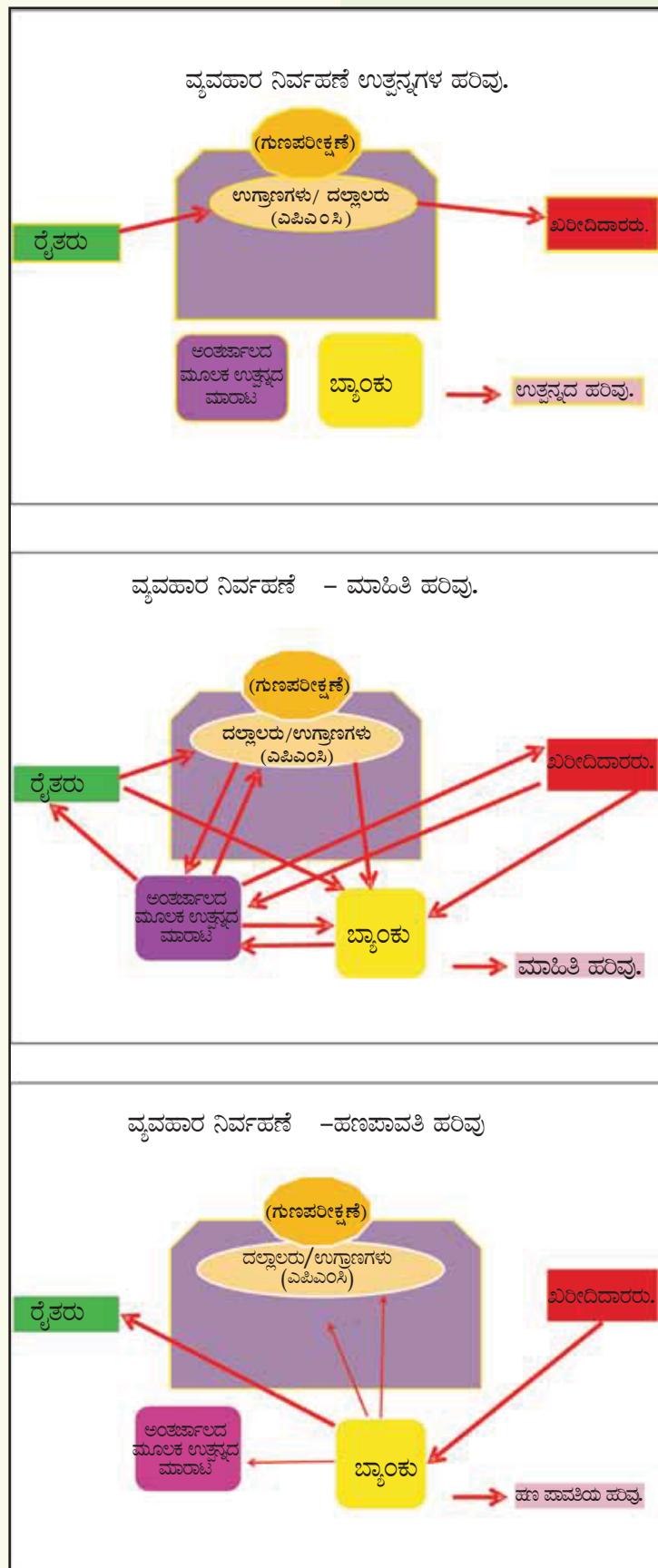
ಅಲ್ಲದೆ, ಕನಾರ್ಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ನಿಗಮ ಹಾಗೂ ಜನ್ಮಿತರೆ ಇದೇ ರೀತಿಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ರಾಜ್ಯದ್ವಂತ ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಇದೇ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಂತೆ ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ ನಿರೀಕ್ಷೆಯು ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದು. ಕೊಯ್ಯಾದ ತಕ್ಷಣ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಧಾರಣೆ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆನ್ನುವ ನಂಬಿಕೆ ಇದ್ದಾಗೂ ರೈತರು ಮುಂದಿನ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಮುಂದೂಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಕೊಯ್ಯಾ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆವಕ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಇದರಂತೆ ಬೆಲೆ ನಿರ್ದರ್ಶನೆಯಾಗುವುದು.

ಆಧಿರಿಂದ ರೈತರು ಬೆಲೆಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡದೇ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತಡೆಹಿಡಿಯುವುದರಿಂದ ಧಾರಣೆ ಕುಸಿತದಿಂದ ಆವರಿಗೆ ನಷ್ಟವಾಗುವ ಸಂಭವವಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣ ನೀಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಪ್ರಸಿದ್ಧಿಯಾಗುವುದು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡಿದ ನಂತರವೇ ಸದರಿ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತರಬೇಕೆಂದು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

6.09 ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ :

ಉಗ್ರಾಣ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಉಗ್ರಾಣಮೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿ ಇನ್ನಿತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡುವುದೇ ಮುಂದೆ ಬರಲಿರುವ ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಥಿತಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ಹತ್ತಿರದಲ್ಲಿರುವ ಉಗ್ರಾಣಕ್ಕೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲಿಂದ ಆ ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿಸ್ತರವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಏರ್ಪಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ತನ್ನೂಲಕ ವಿಸ್ತೃತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಉತ್ಪನ್ನದ ಧಾರಣೆ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ.



ದೀರ್ಘ ಪರಯಣ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ, ಆದರೆ, ವಿನೀತ ಹೆಚ್ಚೆಗಳ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪರಯಣದಿಂದ ಗುರಿ ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯ.

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಮಯವನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಿಸುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣ ಒದಗಿಸುವ, ವಿಸ್ತೃತವಾದಂತಹ ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವತ್ತೆ ರಾಜ್ಯವು ಮುಂದೆ ಸಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಇದುವರೆಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅವಕಾಶನ್ನು ಆಕಾರಿಸುತ್ತವೆ, ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಹಾಗೂ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿರೋದಿದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ)ಶಾಸನ, 1966ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದಂತಹ ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ವಿಸ್ತರ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತದ್ವಿಷಯಿಂದ ಅತ್ಯಾಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಸ್ಥಾಪಿತವಾದಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಂದ, ಆಶ್ರಯವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಲ್ಲದೆ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯವನ್ನು ಸಹ ಹೊಂದಿದೆ. ಇದು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ)ಶಾಸನ, 1966ನ್ನು ತಿಳಿಪಡಿ ಮಾಡಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಹಿತದ್ವಿಷಯಿಂದ ಸ್ಥಾಪಾತ್ಮಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇರಬೇಕೆನ್ನುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತಾಗಿದೆ. ಹೊಸ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿ, ನೇರ ವಿರೀದಿ ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕುವುದು ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಶಾಸನಕ್ಕೆ ತಿದ್ದುಪಡಿಯನ್ನು ತರಲಾಗಿದೆ. ಆದಗ್ಗೂ ಈ ದೀರ್ಘಯಲ್ಲಿ ಕಳೆದ ಐದು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಕಂಡುಬಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ.

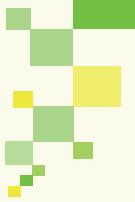
ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವದ ಪ್ರಕಾರ ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ಶೇ.50ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣ ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮೂಲಕ ವ್ಯವಹರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಸ್ವಯಂ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಇಟ್ಟಕೊಂಡ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನುಳಿದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಾರದೇ ಇರುವಂತಹ ಮತ್ತು ನೇರವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಆಗದೇ ಇರುವಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಸಾಕಷಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೊರಗೆ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ವ್ಯವಹಾರ ಕಾನೂನು ವಿರುದ್ಧದೆಂದು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ತಪ್ಪಿಸಿರುವಂತಹ ವ್ಯವಹಾರವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.

ಚೆಕೋಪೋಸ್ಟ್ರೋಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿದೆ. ಆದರೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಒಂದು ವಿವರಿಸಬಹುದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಹೊರಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಯೋಜನವಾಗುತ್ತದೆಯೇ ಎನ್ನುವುದು ಜಾರಿಸ್ತುದೆ ವಿವರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಯಾವ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಿಸಬಹುದು ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರಮುಖವಂದು ಸಮಿತಿಯ ಭಾವಿಸಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೆಲವು ಎಪೀಎಂಸಿಗಳು ಸುಧಾರಿತ ಭೌತಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಾದ ಉಗಾಳಗಳು, ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳು, ಪ್ರಾಧಮಿಕ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನಾ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಾದ ಸ್ವತ್ಸಂಗೊಳಿಸುವುದು, ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದು, ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದು, ಪ್ರಾಕ್ ಮಾಡುವುದು, ಬ್ರಾಂಡ್ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ಸ್ಥಳದ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಕವಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ಥರ್ ಇರುವ ವಾತಾವರಣವು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ನೀತಿಯನ್ನು ರೂಪಿತವಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

7.01 ಖಾಸಗಿಯವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ :

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕಾಲವಾದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ, ಸಮೀಪದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿಗೆ ಅವರು ಕೊಡಬೇಕಾದಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ. ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ನೇರ ವಿರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತರಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಗಳಿಗೆ 0.7%, ಒಣದ್ವಾರ್ತೆಗೆ 0.07% ಮತ್ತು ಇನ್ವಿಟರೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ 1.05%ವನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವಂದು ನೀಡಬೇಕು. ಆದರೆ, ಇನ್ವಿಟರೆ ಖಾಸಗಿ ವಿರೀದಿದಾರರು ತರಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಗಳಿಗೆ 1%, ಒಣದ್ವಾರ್ತೆಗೆ 0.10% ಮತ್ತು ಇನ್ವಿಟರೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ 1.5% ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಎಪೀಎಂಸಿಯ ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡಬಿರುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರ ಬದಲಾಗಿ ಅವರು ಒದಗಿಸುವ ಸೇವೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಸುಧಾರಿತ



ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸೇವಾ ತುಲ್ಯವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ನಿಶ್ಚಿತವಾದ ಕನಿಷ್ಠ ಮಾನಕಗಳನ್ನು ನಿಗದಿ ವಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಮತ್ತು ಇದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಬಂಡವಾಳ ತೋಡಗಿಸುವವರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಯಾವ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರಮುಖವಂದು ಸಮಿತಿಯು ಭಾವಿಸಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೆಲವು ಎಪಿಎಂಸಿಗಳು ಸುಧಾರಿತ ಭೌತಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಾದ ಉಗ್ರಾಳಿಗಳು, ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳು, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನಾ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಾದ ಸ್ವಾಸ್ಥಗೊಳಿಸುವುದು, ಪ್ರತ್ಯೇಕಸುವುದು, ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದು, ಪ್ರಾಕ್ ಮಾಡುವುದು, ಬ್ರಾಂಡ್ ಮಾಡುವುದು ಮೊದಲಾದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ಸ್ಥಳದ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮೂರಕವಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ವಫ್ಂ ಇರುವ ವಾತಾವರಣವು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ನೀತಿಯು ರೂಪಿತವಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

7.02 ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಖರ್ಚಿಗೆ :

ಕೆಲವು ಉತ್ತನ್ಸುಗಳು ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತವೆ. ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ದಲ್ಲಾಲರು, ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅವರೇ ಖರ್ಚಿದಾರರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವು ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಕೆಲವು ಗುಂಪುಗಳ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ತಮ್ಮ ಏಜೆಂಟರ ಮೂಲಕ ರೈತರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ ಧಾರಣೆ ಕುರಿತು ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಕೊಯ್ದಾದ ತಕ್ಷಣ ಉತ್ತನ್ಸುವನ್ನು ಖರ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಾದನೆಯಾಗುವ ಮೆಕ್ಕೊಳೆ ದೊಡ್ಡಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಖರ್ಚಿಯಾಗಿ ದೇಶದ ವಿವಿಧ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿರುವ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಪೆಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ.

ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಖರ್ಚಿಯಾಗಲು ಹಲವು ಕಾರಣಗಳಿವೆ. ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ ಇರುವಂತಹ ಉತ್ತನ್ಸುಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚವಾಗುವುದರಿಂದ ಕೊಯ್ದ್ಲೊತ್ತರ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಉತ್ತನ್ಸುಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡುವವರು (ಪಶು ಆವಾರ ತಯಾರಿಸುವವರು) ಹಳ್ಳಿಯಿಂದ ಖರ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಾಯವಾಗುವ ಅಂಶ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ರೈತರಿಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚ ಹಾಗೂ ನಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಉಳಿತಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಖರ್ಚಿದಾರರ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಖರ್ಚಿಸಿದ ಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಸದ ಲಾಭವಾಗುತ್ತದೆ.

ಇನ್ನೇ ಕಾರಣವಾಗಿದ್ದರೂ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಲಾಭವಾಗುವಂತಹ ಯಾವುದೇ ಜಟಿಲವಟಿಕೆಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ನಿರ್ಬಂಧ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದರೂ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮಾಡಲು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಂತಹ ಸಂಧರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಣವು ಕಾಗದದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಉಳಿಯುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಸಾಫ್ಟ್‌ಸಿರುವ ಚೆಕ್‌ಮೋಸ್‌ಗಳು. ಆದುದರಿಂದ ಈ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ನೇಹಿ ವಿಧಾನವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರೈತರಿಗೆ ನೀಡುವುದರಿಂದ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಧಾರಣೆ ತಿಳಿದು ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದರೆ ಲಾಭಕರವೆಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಕ್ರಮ ಕೈಕೊಳ್ಳಲು ರೈತರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಇದೇ ಮಾಹಿತಿಯು ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಆಗುವಂತಹ ವಚ್ಚಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ವಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ ಸುಧಾರಿಸಿದ ಹಾಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ವಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಇರುವ ಉತ್ತನ್ಸುಗಳ ಧಾರಣೆಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಸದ ಕೆಜಿಮೆಂಗಳು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ವಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಖರ್ಚಿಗೆ ಮಾಡುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಲ್ಲಿ ಹೆಸರು ನೊಂದಣಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಖರ್ಚಿದಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ, ಉತ್ತನ್ಸುಗಳ ಶ್ರಾವಕ, ಹಣ ಪಾವತಿ ಮೊದಲಾದ ವಿಚಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನು ನೀಡುವಂತಹ ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಜಾರಿಗೆ ತರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

7.03 ಸಂಸ್ಕರಣಕಾರರಿಂದ ಖರ್ಚಿಗೆ :

ಇದೂ ಸಹ ವಳ್ಳಿಯ ಖರ್ಚಿಗೆ ಪಢಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿದೆ. ಒಂದೇ ವ್ಯಾಪ್ತಿಸದ ಅನುಕೂಲ ರೈತರು ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ತನ್ಸುವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಬದಲಾಗಿ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿರುವ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿಂದ ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಕ್ಕರೆ ಕಾರ್ಬಾನಗಳು ಖರ್ಚಿಸುವ ಕಬ್ಬಿ.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಪರಸ್ಪರ ಅನುಕೂಲ ಸ್ಥಿತಿಯು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ರೈತರಿಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ನಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಉಳಿತಾಯ ಹಾಗೂ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಣಮಟ್ಟದ ನಿರಂತರವಾಗಿ ದೊರೆಯುವ ಕಚ್ಚು ವಸ್ತು. ಈ ಮಾರಾಟ ಪಢಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ತನ್ಸುವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚೆ ಧಾರಣೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಂತಹ ಮಾಡುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸೂಕ್ತ ಧಾರಣೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹ ಅಂಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡುವವರು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಲ್ಲಿ ಹೆಸರು ನೊಂದಾಗಣೇ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿರೀದಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬುದ್ಧಿಯನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಅವರಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯಕ ಸೌಕರ್ಯಗಳಿರುವುದರಿಂದ ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಧಾರಣೆ, ಪ್ರಮಾಣ ಮೋದಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಲೆ ಹಾಕಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಹಣ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸಹ ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾದ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

7.04 ಸಂಘಟಿತ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರ ಕಲಂ 72-ವ ದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಕೆಲವು ಖಾಸಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಆಸ್ತಿ ತೋರಿಸಿವೆ. ಆದರೆ, ರಾಜ್ಯದಾದ್ಯಂತ ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗೋಣೆಯವಾಗಿ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ರಾಜ್ಯದ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಅಧವಾ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯವಾಗಬಿಮದು.

ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪನೆ ಮಾಡುವುದು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ನೀತಿಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದ್ದರೂ ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿಯೂ ರೈತರಿಗೆ ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೇ ಮಾರಾಟದ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಯಾವ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬರುತ್ತವೆಯೋ ಅವುಗಳು ರೈತರಿಗೆ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಎಪಿಎಂಸಿಯಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಅಧವಾ ಅದಕ್ಕೂ ಉತ್ಪಮವಾದ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈಗ ಎಪಿಎಂಸಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೂ ಸಹ ಅಳವಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿ, ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಎಲ್ಲ ಪದ್ಧತಿಗಳೂ ಸಹ ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಮಾಡಿತೆ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆ ಮಾಡಿತಿಯನ್ನೂ ಕೂಡ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಧಾರಣೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರಿಗೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

7.05 ನಿಯಂತ್ರಣಾತ್ಮಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ :

ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣಾದಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೆಂಬುಗೆ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈ ವರದಿಯ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಯಾವ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬರುತ್ತವೆಯೋ ಅವುಗಳು ರೈತರಿಗೆ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಎಪಿಎಂಸಿಯಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಅಧವಾ ಅದಕ್ಕೂ ಉತ್ಪಮವಾದ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈಗ ಎಪಿಎಂಸಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ಯಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೂ ಸಹ ಅಳವಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿ, ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಎಲ್ಲ ಪದ್ಧತಿಗಳೂ ಸಹ ಎಪಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ

ಇದುವರೆಗೆ ತಿಳಿಸಿದಂತಹ ವಿಷಯಗಳು ಮೀತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಪೂರ್ವವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿ ಮಾಡುವುದು ಅಥವಾ ಸಂಘಟಿತ ಖಾಸಿಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿ ಮಾಡುವಂತಹ ಖಾಸಿಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಈಗಿರುವ ಎಷ್ಟಿಂಬಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸೇರಿವೆ. ಈಗಿರುವ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಲ್ಲಿ ಸದರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಒಂದು ಸುಧಾರಿತ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತರಬೇಕಾದಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಹಲವು ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅತಿ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ಸಂಘಟಿತ ಜಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬಹುರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಂಪನಿಗಳು ಪ್ರವೇಶಿಸಿದಾಗ ರಾಜ್ಯದ ಮಾರಾಟ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ರೈತರಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇವರನ್ನು ಸಮಾನ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ತರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲವಡಿಸಲು ಕ್ರೊಳ್ಳಬೇಕಾದಂತಹ ಕ್ರಮಗಳ ಕುರಿತು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

8.01 ರೈತರ ಸಂಘಗಳು/ಕಂಪನಿಗಳು :

ಭಾರತದ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತೀ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಇಂತಹ ರೈತರ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ರೂಪಿತವಾಗಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೊಸ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ತಾವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಧಾರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ದರ್ಶಿಸುವಂತಾಗಬೇಕು, ಮಾರಾಟದ ಸಮಯವನ್ನು ಆಯ್ದು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು(ಹೆಚ್ಚು ಆವಕದ ಅವಧಿ ಅಥವಾ ನಂತರ) ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟದ ಸ್ಥಳವನ್ನು (ಎಷ್ಟಿಂಬಿ ಅಥವಾ ಖಾಸಿಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ನಿರ್ದಿಷ್ಟಬೇಕು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ತೀವ್ರಾನ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕವಿದ್ದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯುವಂತಿರಬೇಕು ಇವೇ

ಮೊದಲಾದವುಗಳು. ಸದರಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಿತಿಯ ಕುರಿತು ಉತ್ತಮ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಳಂಭವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆ ಸಿಗುವ ಖಾತ್ರಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅದ್ದರಿಂದ, ಇಂತಹ ಸಂಧರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ನಷ್ಟಭಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಅನುಕೂಲಕರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಇಂತಹ ಸಂಧರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಪ್ರಮುಖೀತ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಇಂತಹ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಪ್ರತಿ ರೈತರಿಗೆ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಸಂಪನ್ಮೂಲವನ್ನು (ಸಲಹಾಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿತ ಸೇವೆ ಪಡೆಯುವುದು) ಇಡೀ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಘಟನೆ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮೊದಲನೆಯ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿ, ಕ್ರೊಡೀಕರಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಲು ಶಕ್ತಿ ಇರುವ ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿಯಿರುವ ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನಾ ಸೇವೆಗಳಾದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕ್ರೊಡೀಕರಿಸುವುದು, ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದು, ಸ್ವಷ್ಟ ಮಾಡುವುದು, ತೊಕ ಮಾಡುವುದು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾಡುವುದು, ಲೇಬಲ್ ಹಾಕುವುದು ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಳಿಗೆ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಿದ ಸಂಘರ್ಷ, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸವಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘರ್ಷ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಹಾಗೂ ಸಂಸ್ಥರಣಾ ಸವಕಾರಿ ಸಂಘರ್ಷನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕ್ರೊಳ್ಳಬೇಕಂತೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಈ ಹೊಸ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯು ತರಬೇತಿ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕವ್ಯಾಧಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮುಂದುವರೆದು, ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಆಧ್ಯತ್ಮರ ಅನುಸಾರ ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಮೊದಲನೆಯ ಹೆಚ್ಚಿಯಾಗಿ, ಕ್ರೋಡಿಕರಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಲು ಶಕ್ತಿ ಇರುವ ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿಯಿರುವ ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನಾ ಸೇವೆಗಳಾದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಡಿಕರಿಸುವುದು, ವಿರೋಡಿಕರಿಸುವುದು, ಸ್ವಜ್ಞ ಮಾಡುವುದು, ತೊಕ ಮಾಡುವುದು, ಪ್ರಾಕ್ ಮಾಡುವುದು, ಲೇಬಲ್ ಹಾಕುವುದು ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಣಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಪ್ರಾಧಿಮಿಕ ಕೃಷಿ ಪತ್ತಿನ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಹಾಗೂ ಸಂಸ್ಥರಣಾ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮೈಲ್ಸ್‌ಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಇಲ್ಲದಂತಹ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರದ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾಗಿ ನಿಗದಿತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಾಧ್ಯಂತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಸಮಿತಿಯು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ. ಇಂತಹ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಅನುಕೂಲಕರ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸಂಘಟಿತವಾಗಿರುವ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮುದಾಯ (ಸ್ವಸಹಾಯ ಗುಂಪುಗಳು ಮೊದಲಾದವರ್ಗಗಳು) ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಕಾರ್ಯಪ್ರತ್ಯೇಕಾಗಿರುವ ಸ್ಥಳಗಳು ಮೊದಲಾದವರ್ಗಗಳು. ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮನಃ ಪರಿವರ್ತನೆಗೊಳಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಂಘಟನೆಗಳಾದ ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಘಟನೆಗಳು, ಪ್ರಾಂತೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮುಂತಾದವರ್ಗಗಳೊಂದಿಗೆ ನಿರ್ಮಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯು ಎಲ್ಲ ರ್ಯಾತರ ಪರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದಾಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕವ್ಯಾಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದರಿಂದ ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುವ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅವಶ್ಯಕ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ರೂಪಗೊಳ್ಳುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ತ್ರೀಯಾರ್ಥಿಲ ಸಲಹಾ ಸಂಘಟನೆಯ ಬೆಂಬಲ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಇಂತಹ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಭಂಡವಾಳವಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಹಣವನ್ನು ನೀಡುವ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ (ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಇತ್ತೀಚಿಗೆ ಪ್ರಕಟಿಸಿರುವ ನೀತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ). ಇದರ ಸಹಾಯದಿಂದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಇಂತಹ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಬಿಂದುಪಡಿಸಲು ಬೇಕಾದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಪಡ್ಡತಿ, ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ವಿಧಾನಗಳು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಯಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಆದಾಯವನ್ನು ವಿಶೇಷಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳು ಮೊದಲಾದವರ್ಗ ಬಗ್ಗೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

8.02 ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ :

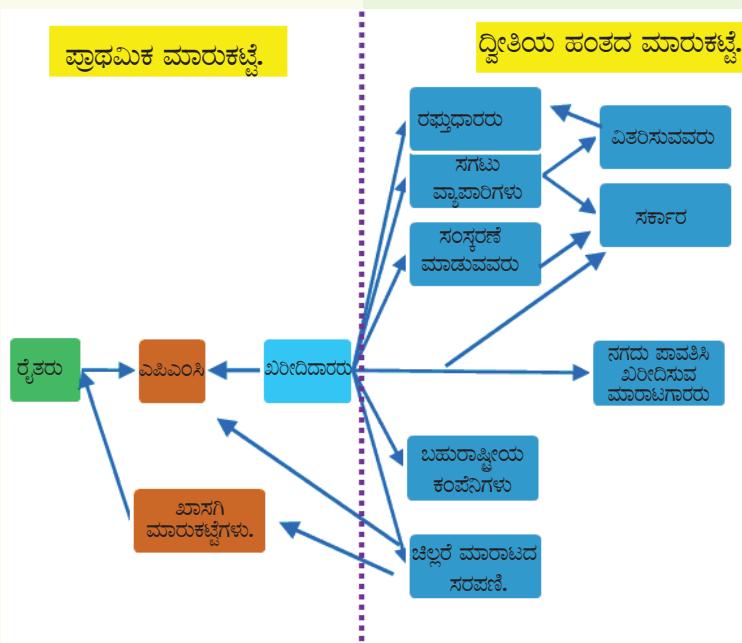
ಹೊಲಿದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಮನೆಯವರಿಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೊಗುವ ದೇಶ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ

ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ (ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ) ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಪ್ರಾಧಿಮಿಕ ಮಾರಾಟ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯಾಗಬಹುದು (ಉದಾ: ಸಂಸ್ಕರಿಸಲಾಗುವ ದ್ವೀಪ ಧಾನಗಳು) ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಆ ನಂತರ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಬಹುದು(ಉದಾ: ಶೈಫ್ರಾಗಾರದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗುವ ಒಣ ಮೆಣಸಿನಕಾಲಿ), ಉತ್ಪನ್ನದ ರೂಪ ಬಿದಲಾವೆಯಾಗಬಹುದು(ಉದಾ: ಹೆಂಗ್‌ಫೋಂದ ಪಾನಿಯಾಗಳು) ಅಥವಾ ಮನಃ ಪ್ರಾಕ್ ಆಗಬಹುದು(ಉದಾ:ಜೀಲ್‌ರೆ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಪ್ರಾಕ್ ಮಾಡುವುದು). ಉತ್ಪನ್ನದ ದೇಶ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ ಹಲವು ಭಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಒಬ್ಬರಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಹಸ್ತಾಂತರವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಸಾರಿ ಎರಡು ಮಾರಾಟದಿಂದ ಒಂದು ಮಾರಾಟಗಳವರೆಗೂ ಈ ಸರಪಣೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸರಪಣೆಯಿಂದಾಗಿಯೇ ಒಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತೊಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ದೂರೆಯುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಧಿಮಿಕ ಹಾಗೂ ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ಇರುವಂತಹ ಒಂದು ಜಿತ್ರಣವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸರಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಯಾವ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ಇರುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಎಪೀಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಏರೀದಿವಾರರು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಇದೇ ರೀತಿ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನದ ದೇಶ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ ಹಲವು ಭಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಒಬ್ಬರಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಹಸ್ತಾಂತರವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಸಾರಿ ಎರಡು ಮಾರಾಟದಿಂದ ಒಂದು ಮಾರಾಟಗಳವರೆಗೂ ಈ ಸರಪಣೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸರಪಣೆಯಿಂದಾಗಿಯೇ ಒಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತೊಂದು ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ದೂರೆಯುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು : ತಪ್ಪಣಿದ - ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ.



ರೈತರನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಬಿಲಪಡಿಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಅದೇ ರೀತಿ ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ. ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ಯಾವುದೇ ಬಲಿಂಬತೆ ಅಥವಾ ಗೊಂದಲ ಮತ್ತು ತೊಂದರೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರ ಮೂಲಕ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಬೇರೆರಾಜ್ಯಗಳ ವಿರೀದಿದಾರರು ಎಪಿಂಬಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ (ಇವರು ರೈತರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿರೀದಿಸುವ ವಿರೀದಿದಾರರು) ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡದೇ ಇರುವಂತಹ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ, ಎಪಿಂಬಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕ ಅವಶ್ಯಕವನ್ನಿಸಿದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಸದೃಢವಾದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನಾಗಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಬಿಲಪಡಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಯಾವುದಾದರೂ ಅಥವಾ ಎಲ್ಲಾ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

- ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ (ಅಥವಾ ಅದರ ವಿವಿಧ ಕಾರ್ಯಗಳಾಗಿ) ಪಾರದರ್ಶಕ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.
- ಇಂತಹ ಮಾರಾಟಗಳಲ್ಲಿಯ ನಷ್ಟಭಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವುದು.
- ಇಂತಹ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ಬೇಕಾದ ದಂತನಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

- ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಗ್ರಹಕೆಗಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸೇವಾ ಕಂಪನಿಗಳ ಮೂಲಕ ಹಣ ಒದಗಿಸುವ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು.
- ಸಂಸ್ಕರಕೆಕಾರರಿಗೆ(ಕಚ್ಚಾವಸ್ತು ವಿರೀದಿಸಲು), ಸರ್ಕಾರಕ್ಕೆ(ಬಿಸಿಳಾಟ್, ಹಾಸ್ಟಲ್‌ಗಳು ಮೊದಲಾದ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಒದಗಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ) ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ವಿರೀದಿ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಸೋಳಿಸುವುದು.
- ಸಾಗಾಣೆಕಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.

ಈ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದರೆ, ಒಪ್ಪಂದ ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಮುರಿಯಲು ಇರುವ ಕಾರ್ಯಗಳು, ಇಂತಹ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ನಿರಾರಿಸಲು ಇರುವ ಮಾರ್ಗಗಳು ಮೊದಲಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನೇ ಗೊಂದಂತೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯ ಸರವಣಿಯ ಆಳವಾದ ಮಾಡಿತಿಯು ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೂ ಒಂದೇ ತೆರನಾದಂತಹ ಪರಿಹಾರಗಳು ಸಮಂಜಸವಾಗದೇ ಇರಬಹುದು. ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಂಡುಖಡಿಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸದೃಢವಾಗಿರಬೇಕಾದರೆ ಮತ್ತು ಚೆಳೆಯಬೇಕಂದರೆ ಸದರಿ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸಿವುದು ಅಗತ್ಯ.

ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಪರ್ಕಗೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತಹ ಎಲ್ಲ ಲೋಪಗಳನ್ನು ಮೋಗಲಾಡಿಸುವುದು ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡದೇ ವೆಲುರಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ತಡೆಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿದೆ. ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ನಿಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಇಂತಹ ನಿರ್ಧಿಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕುರಿತು ಸೂಕ್ತ ಅಥವಾತಕ್ಕ ವಿಧಾನವನ್ನು ರೂಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

8.03 ಕರ್ಮಾಡಿಟೀಸ್ ಎಕ್ಸ್‌ಫೇಂಚ್‌ಗಳು ಕೇಂದ್ರಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಜೋಡಣ :

ದೇಶದಲ್ಲಿ 2003 ರಿಂದ ಕರ್ಮಾಡಿಕೆಗೆ ಎಕ್ಸ್‌ಬ್ರೇಂಚ್‌ಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಈಗ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಅರು ಕರ್ಮಾಡಿಕೆಗೆ ಎಕ್ಸ್‌ಬ್ರೇಂಚ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯಾಖಳಿಸುತ್ತಿರುವ ಅಂತರ್ರಂಭ ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯ ಪಾಲನ್ಯಾ ಹೊಂದಿರುವ ನ್ಯಾಶನಲ್ ಕರ್ಮಾಡಿಕೆ ಅಂದ್ರೋ ಡಿರ್ಪ್ರೆಂಟ್‌ ಎಕ್ಸ್‌ಬ್ರೇಂಚ್ ಲಿ., ಪ್ರಮುಖವಾದುದಾಗಿದೆ. ಸದರಿ ಎಕ್ಸ್‌ಬ್ರೇಂಚ್ ಮೂಲಕ ಮೆಕ್ಕಜೋಳ, ಅರಿತಿಣಿ, ಕಡಲೆ ಮತ್ತು ಒಣಮೆಣಸಿನಕಾಲಿಯ ವ್ಯವಹಾರ ಒಪ್ಪಂದಗಳು ಏರ್ಪಟ್ಟು ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಇಂತಹ ಕ್ರಮ ಉತ್ಸನ್ಗಳು ಬೆಳೆಯುವ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಎಷಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗನ್ನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಜೋಡಿಸುವುದರಿಂದ ರೈತರು ಎಷಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಮೂಲಕ ಎಕ್ಸೋಫೋಂಚೋಗಳು ಸಹಾಯದಿಂದ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಧಾರಣೆ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದರೆ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಧಾರಣೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ರೈತರ ಉತ್ಸನ್ಗಾಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಾಲ ಪಡೆಯಲು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇರುತ್ತದೆ.

ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಮೃಚುವೆಲ್ಲ ಹಂಡಾಗಳು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಉತ್ಸನ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸಲು ಅವಕಾಶವಾಗುವಂತೆ ದಿ ಘಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾರ್ಕೆಟ್‌(ರೆಸ್‌ಲೆನ್‌) ಆಕ್ಸ್‌. 1952ರಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿಯನ್ನು ತರಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದು ಆದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಸನ್ಗಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹೊಸ ಅವಕಾಶಗಳು ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆಗೆ ಉತ್ಸನ್ಗವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ನವ್ವಾಗುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬುದಾಗಿದೆ. ಸ್ಥಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಮಾರ್ಪಣ ಸುವರ್ದಕ್ಕಾಗಿ ಒಟ್ಟಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಒಟ್ಟಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಕೆಲವು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಉತ್ಸನ್ಗಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾಗಿವೆ. ಒಟ್ಟಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಎಲ್ಲ ಭಾಗಿದಾರರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಇದರ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಸೆಂಟ್ರಲ್ ಕೋರ್ಟರ್ ಪಾಟೆ ಕ್ಷೇಯರಿಂಗ್ ಮನ್ಯಾಂತರಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಉತ್ಸನ್ಗವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ಅದನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಅಂಶಗಳು (ಗುಣ, ವಿಲೀವಾರಿ ಕೆಂದ್ರ ಮೊದಲಾದಪುಗಳು) ಸೂಕ್ತವಲ್ಲದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬೇಕು ಇರುವಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ನವ್ವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬುದಾಗಿದೆ.

ಕೃಷ್ಣ ಉತ್ಸನ್ಗಳು ಬೆಳೆಯುವ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಎಪಿವಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯಾನ್ಯಾನ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಜೋಡಿಸುವುದರಿಂದ ರೈತರು ಎಪಿವಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ತಕ್ಷಣದ ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಅಧಿವಾ ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಮೂಲಕ ಕರ್ಮಾಡಿಟೇಸ್ ಎಕ್ಸ್‌ಬ್ರೇಂಡ್‌ಗಳು ಸಹಾಯದಿಂದ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

8.04 ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ಸ್ವಜನೆ :

ఎప్పిఎంసి మారుకళ్లేయ పూణగణగణల్లి మూల సౌకర్యగణన్ను నీడువుదు మారుకళ్లే సమితియ జవాబ్దారి. ఇప్ప లుక్కన్న సంగ్రహాయోగ్య లూణిగళిరబమదు, తొక మాదువ సౌలభ్య, ర్యతరిగే బేంకాగువంతవ సౌలభ్యగళు, మారాట కాయ్కటెరిగే బేంకాగువంతవ కట్టడగళు మోదలాదవగణు. ఇల్లి గమనిసబేంకాద ఒందు ప్రముఖ అంతపెందరే ఈ ఎల్ల మూల సౌకర్యగళు సద్గుదల్లి కాయ్కానివచిసుక్కిరువ మారుకళ్లేగిగే అవవ్యక్తమాగివే. మారుకళ్లేగు అధ్వవ్యవస్థేయ ఒందు భాగవాగిద్దు ముందిన అవధియల్లి అభివ్యాధి మాగచల్లి నడెయబేంకాగుత్తదే. ఆదుదరింద, బదలావణేగే అనుగుణవాగి మూల సౌకర్యగణన్నూ సహ నీడబేంకాగుత్తదే. ఇదు రాతీ రూపదల్లి లుక్కన్నగణన్నూ సంగ్రహిసువుదు ఇరబమదు అధిష్ఠాయాంత్రికశణదింద లుక్కన్నగళ నివచణే ఇరుఱమదు అధిష్ఠాముందిన దినగణల్లి బరబమదాద జన్మాప్తుదే బదలావణే ఇరుబమదు.

8.05 ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಒಂದು ಭೋಗೋಳಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ತರುವ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸುಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಅದರೆ, ಉತ್ತರಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮತ್ತಿ ಇರುವದಿಲ್ಲ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ತರಕ್ಕೆ ಸಹ ಬೆಳೆ ಪ್ರದೇಶ, ವ್ಯಾಪಾರದ ಸ್ಥಳ, ಬಳಕೆಯ ಪ್ರದೇಶ ಮೊದಲಾದವುಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ತನಕೇ ಆದಂತಹ ಜಾಲನಾ ಗುಣಗಳಿವೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಜಾಮರಾಜನಗರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅರಿಷಿನ ಬೆಳೆಯವ
ರ್ಯಾತು ತಮ್ಮ ಉತ್ತರಣ್ಣನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ತಮೆಖನಾಡಿನ
ಕರೋನಡನ್ನಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇನ್ನೊಂದು
ಉದಾಹರಣೆ ಎಂದರೆ ಉತ್ತರ ಕನಾಟಕದ ಒಣದ್ವಾಷಿಯು ಪಕ್ಕದ
ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿಯ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಲಹೆ ಮಾಡಲಾದ ತತ್ವಗಳು ಕಾರ್ಯಸ್ಥಿತಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ ದೂರದಲ್ಲಿರುವ ಇಂತಹ ವಿಳಿದಿದಾರರು ಸವ ಕನಾಟಕದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಮೀಯಿಯ ಭಾಗವಾಗಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ಪ್ರಯೋಜಕ ಹೊರಠಾಜ್ಞದ ಅಧ್ಯಯನ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಆಸಕ್ತಿ ಸದಸ್ಯರ ಒಂದು ತಂಡ ಅವಶ್ಯಕ.

ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿರುವ ಶಿಪಾರಸ್ನಗಳು ಕೃತಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವಂತಹ ಪೂರ್ವಭಾವಿ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದ್ದ ಹೊರರಾಜ್ಯಗಳ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ರಾಜ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡುವುದು ರಾಜ್ಯ ಇಡಬಹುದಾದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಹೆಚ್ಚೆಯಾಗಿದೆ.

8.06 ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಗೆ ಹೊತ್ತಾಹ :

ಪ್ರಸ್ತುತ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ಯೋಜನೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಸಂಧರ್ಭಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿವಿಧ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಅನುವ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಅಂತರಿಕ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದಿಂದಾಗಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಾಗ ದೊರೆಯುವ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆಯು ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಕೋರತೆಯಾಗಿದೆ.

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಗುಲಬಗಾರದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ಯೋಜನೆಯಿಡಿ ತೋಗಿಯನ್ನು ಖರೀದಿ ಮಾಡಿದ್ದು ಈ ರೀತಿಯ ಒಂದು ಪ್ರಯೋಗವಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ನೀಡಲಾದ ಮೂಲ ಸೂಕರ್ಯ, ರೈತರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಬಿಗಿಯಾದ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಿಟ್ಟಿರುವ ಪ್ರಮಾಣದ ಸೂಕ್ತ ದಾಖಲೆ ಮತ್ತು ರೈತರಿಂದ ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ವಣವನ್ನು ಅವರ ಖಾತೆಗೆ ನೇರವಾಗಿ ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಾಡಿದಂತಹ ಕ್ರಮ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಖರೀದಿ ಪ್ರತೀಯೆಯನ್ನು ಸಾಕಷ್ಟು ಸುಧಾರಿಸಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ಸಕಾರಕ್ಕೆ ಲಾಭವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ತೋಗಿ ಮಂಡಳಿ ಹಾಗೂ ಎನ್‌-ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬಲೆ ಯೋಜನೆಯ ಕಾರ್ಯಾನುಷ್ಠಾನವನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕಗೊಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಧೀರೆಯ ವಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಅಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಿದಂತಹ ಈ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

8.07 ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೃದ್ಧಿ :

ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಹುರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಂಪನಿಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಕೀರ್ಣಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಭವಷ್ಯತ್ತಿನ ಒಪ್ಪಂದಗಳು, ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ನಷ್ಟ ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಮೊದಲಾದಂತಹ ಆಧುನಿಕ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕವಾಗುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತೀವ್ರಾನ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ರೈತರಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕ ನೈಮ್ಮಣ್ಯತೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ತಿಳಿವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ರೈತ ಸಂಪಾದನೆಗಳು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರರ ಶೀಕ್ಷಣವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿವರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೃದ್ಧಿಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ವಂತಿಗೆ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಅದರ ಮೂಲಕ ಭರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಭಾಗೀದಾರರ ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂ

ದೇಶದಲ್ಲಿ ಹಸಿರು ಕ್ರಾಂತಿಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂಗೆ ಪ್ರಮುಖೀತೆ ನೀಡಲಾಯಿತು. ಅಧಿಕ ಜಳುವರಿ ನೀಡುವ ಹೊಸ ತೆಳಿಗಳನ್ನು ರೈತರಿಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಸ್ತರವಾದ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಭೇಟಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ ಅವಶ್ಯಕ ಸಾಂಘಿಕ ರೂಪವನ್ನು ನೀಡಲಾಯಿತು. ಕೊಯ್ಯು ಪ್ಲೊ ಎಷ್ಟಿಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂಗೆ ಪ್ರಾಮುಖೀಯನ್ನು ನೀಡಲಾಯಿತು. ಆದರೆ, ಕೊಯ್ಯೇತ್ತರ ಚೆಟುವಟಿಕೆಗಳು, ವೀರೇಷವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖೀಯನ್ನು ನೀಡಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಾಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟಿಗೆ ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಯ ವರ್ತನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಇವು ರೈತರು ಪಡೆದಿರೇಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಗಳಾಗಿವೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ (ರೈತರು, ವ್ಯಾಪಾರಿಸರು, ದಲ್ಲಾಲರು, ಉಗ್ರಾಳಿ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರು, ಗುಣ ಪರಿಕ್ಷೇತ ಮಾಡುವವರು, ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಹೊದಲಾದವರು) ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿ ಸಮರ್ಥವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಲು ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಜಟಿಲತೆಯ ಕುರಿತು ತಿಳಿದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

9.01 ಸಂಧಿ ಸ್ಥಿತಿ :

ಸಂಧಿ ವಿವಿಧ ಭಾಗೀದಾರರಾದ ರೈತರು, ದಲ್ಲಾಲರು, ವ್ಯಾಪಾರಿಸರು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂ ಪ್ರಯೋಜನ ಸಿಮೀಲೆಸೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಭಾಗೀದಾರರು ಒಂದು ಜನಾಗಿಂದ ಜನ್ಮೊಂದು ಜನಾಗಕ್ಕೆ ವಾರಾಯಿಸಲಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಹಿರಿಯರಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಹೊಂದಿರುವ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದರಿಂದ ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಪಡೆದು ಅದರಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯಮಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಹೊಸ ಶಾಸನಗಳಾದಂತಹ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಶಾಸನ, 2006 ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಳಣ (ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ) ಶಾಸನ, 2007., ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಅದಂತಹ ಪ್ರಗತಿ, ಹೆಚ್ಚಿತ್ತಿರುವ ಸ್ವರ್ವಗಳು, ಏನಿಮಾಯ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ, ಹೊದಲಾದವಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದು ಹೆಚ್ಚಿತ್ತಿರುವ ಸ್ವಧಾರ್ತಕ ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಸಾಮಧ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಣೆಯಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬು ಭಾಗೀದಾರರೂ ಸಹ ಮಾರುಕಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಹೊಸ ಸಾಧನ ಹೊದಲಾದವಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಪಡೆದು ಸನ್ವಧರಾಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಾಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟಿಗೆ ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಯ ವರ್ತನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಇವು ರೈತರು ಪಡೆದಿರೇಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಗಳಾಗಿವೆ.

9.02 ಸಾಮಧ್ಯವ್ಯವಹಿಂ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು :

ಮಾರುಕಟ್ಟಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಪದ್ಧತಿಗಳು ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಎಂಬಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟಿಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಅವಕಾಶಗಳು ಹಾಗೂ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಭಾಗೀದಾರರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯಗಳು, ಕಾನೂನಿನ ವಿಷಯಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಉಸ್ತುವಾರಿ, ಬೇಡಕೆ, ಮೂರ್ಕೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ನಿರ್ದರ್ಶನ, ಸರ್ಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಮಾರಾಟ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಲಾಭಾಂಶ, ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ವಿಧಾನ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಸಂಗ್ರಹಣ ಪದ್ಧತಿ, ಉಗ್ರಾಳಿ ರತ್ನೀತಿಯನ್ನು ಬಳಸುವ ವಿಧಾನ, ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಚೀನೀಗಳು, ಬ್ರಾಹ್ಮಂಡ ಬಳಸುವುದರ ಲಾಭ, ವರ್ಗೀಕರಣ ಹಾಗೂ ಗುಣ ಪರಿಕ್ಷೇತ ಯಾವುದ್ದಿಯನ್ನು ಒಷಂದ ಕೃಷಿ ಹಾಗೂ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳು, ಬೆಳೆ ವಿಮೆ/ಹವಾಮಾನ

ವೆಪರಿತ್ಯು ವಿಮೇ/ವಿವಿಧ ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ವಿಧಾನ, ಬೆಳೆ ಯೋಜನೆ, ಉತ್ತಮ ಉಸ್ತುವಾರಿ ವಿಧಾನಗಳು, ಬೆಳೆಗಳ ವೈವಿದ್ಯತೆ, ವಿವಿಧ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಿತ್ತನೆ ಮಾಡುವ, ಕೊಯ್ದು ಮಾಡುವ ಕುರಿತು ತಿಳುವಳಿಕೆ, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಮೊದಲಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳ ಒಗ್ಗೆ ಸಾಮಧ್ಯವೃದ್ಧಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

9.03 ಕ್ರಿಯಾಯೋಜನೆ :

ಸದರಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಾಗಿ ಈಗಿರುವಂತಹ ಕೃಷಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯ, ಸರ್ಕಾರೀತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಇಲಾಖೆಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಒಟ್ಟಿಗೂಡಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯದ ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ವಿವಿಧ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಪರಿಣಿತರನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಷಂತೆ ವಿವಿಧ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಭಾಗವನ್ನು ಒಂದೊಂದು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಕ್ಕೆ ನೀಡಿ ರೈತರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ವಹಿಸಿಕೊಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ರೈತರ ಗುಂಪುಗಳು ಅಥವಾ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಉತ್ತನ್ನಗಳ ಉಪ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಕನಿಷ್ಠ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಏರದು ಸಾರಿ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಈ ಗುಂಪುಗಳು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ರೈತರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಇಲಾಖೆಗಳು ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕ ಮಾಡಿಯನ್ನೊಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಮತ್ತು ಇಂತಹ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಬೇಕಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ರೈತರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು/ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸಂಘಗಳು/ತಾಲ್ಲೂಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಅವಶ್ಯಕ ಪರಿಣಿತಿ ಹೊಂದಿದ ಸಿಬ್ಬಂಧಿಯನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಅವಶ್ಯಕ ಮಾಡಿಯನ್ನೊಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಮತ್ತು ಇಂತಹ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಬೇಕಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ರೈತರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು/ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸಂಘಗಳು/ತಾಲ್ಲೂಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಅವಶ್ಯಕ ಪರಿಣಿತಿ ಹೊಂದಿದ ಸಿಬ್ಬಂಧಿಯನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸದರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಾಮಧ್ಯವೃದ್ಧಿ ಮಾಡಲು ತಮ್ಮ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವವರಿಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳಲ್ಲಿ, ಉಗ್ರಾಂಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ವಿನೂತನ ವಿಧಾನದ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವ ಫಲಕಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲು ಹೋಬಳಿ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಿಸುವ ರೈತರ ಸಂಘಸೆಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲವಾಗಿ ಮತ್ತು ಹ್ರೋತ್ಸಾಹರೂಪದಲ್ಲಿ ಒಂದುಭಾರಿ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವನ್ನು ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಇಲಾಖೆಗಳು ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕ ಮಾಡಿಯನ್ನೊಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಮತ್ತು ಇಂತಹ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಬೇಕಾದಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ನಿಯಂತ್ರಣದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಇದುವರೆಗೆ ಮಾಡಿದಂತಹ ಶಿಫಾರಸ್ನಿಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ಇರುವ ಎಷಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹಾಗೂ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಭಾಗಿಯಾಗುವುದರ ಮೀತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿವೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಎಷಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ವಫರ್ದಯನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡಿ ರೈತರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಯ್ದುಗೆ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

ಎರಡೂ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿಯ ಭಾಗೀದಾರರಿಗೂ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಒಂದೇ ತೆರನಾಗಿರುವೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿ ಇಚ್ಛಾನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ಇರಬಾರದು. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗೀದಾರರ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಅಧಿಕೃತ ನಿಯಂತ್ರಣಕಾರರು ಮೇಲ್ಮೀಜಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಅವಶ್ಯಕ.

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಿಲಪಡಿಸಲು ಕೆಲವು ಸಲಹೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

10.01 ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿಯಂತ್ರಣ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ :

ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರ ಅನುಸಾರ ನಿಯಂತ್ರಣ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರ, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮತ್ತು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ಒದಗಿಸುವ ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸವ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಸರ್ಕಾರವೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸಾಫಿಸಿ ನಡೆಸುವುದಾದಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಎರಡೂ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಅಂದರೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಒಂದೇ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವುದನ್ನು ಒಪ್ಪಬಹುದಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಬೇಕಾದರೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದು ಅಳೆಕ್ಕಣೇಯ.

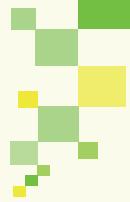
10.02 ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯಗಳ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವುದು :

ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯಗಳು ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಬೇಕೆಂದು ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಚಿವರುಗಳ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಮಿತಿಯು ವಿವರವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿದ ನಂತರ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ) ಶಾಸನವನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ನಿಯಂತ್ರಣ ಆಯೋಗವನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕೆಂದು ಸಲಹೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ನಿಯಂತ್ರಣ ಆಯೋಗವು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕುರಿತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಎಷಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹಾಗೂ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ಯಾಯಿಸಬಹುದಾದ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಸೂಕ್ತ ಪರವಾನಿಗಿ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಶಿಸ್ತ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಹಾಗೂ ಜನ್ಮಿತರೆ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯಗಳು ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಬೇಕೆಂದು ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಚಿವರುಗಳ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಫಾರಸ್ನು ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ.

ಸಘದಲ್ಲಿರುವ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ನ್ನು ಮನರ್ ನಾಮಕರಣ ಮಾಡಿ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ನ ಮಾರಾಟ (ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ ಎಂದು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ನೀಡುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳನ್ನು



ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವುದು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

10.03 ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ :

ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿಯ ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳು ಹಲವಾರು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿದ್ದಾಗಿದ್ದು ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿನ್ಯಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಲು ವಿವಿಧ ಹಂತದ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕ ಸಾರ್ಥಕ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವವರೆಗೆ ಸುಧಾರಣೆ ಕ್ರಮಗಳು ಮುಂದುವರೆಯುವಂತೆ ಒಂದು ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಕನಾರ್ಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966 ಮತ್ತು ಅದರ ಕೆಳಗೆ ರಚಿಸಲಾದ ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಸಲವೆ ಮಾಡಿದ ಸುಧಾರಣೆ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬಹುದೆಂದು ಸಮಿತಿಯು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತದೆ.

ಸ್ಥಳೀಯ ವಿಜಾಸ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿಕೆಯ ಪರತ್ತಿಲ್ಲದ ಪರವಾನಗಿಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಭದ್ರತೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪರವಾನಗಿ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ರಾಜ್ಯದಾಧ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಒಂದೇ ಪರವಾನಗಿಯನ್ನು

ನೀಡಲು ಅನುವಾಗುವಂತೆ ಶಾಸನದ ಕಲಂ 72ರಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸ್ನ ಮಾಡಿದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಲಂ ೯ರಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತರಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯದಲ್ಲಿ ಒಂದು ತಂಡವನ್ನು ರಚಿಸಿ ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಶಾಸನ ಮತ್ತು ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕಾದಂತಹ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳ ಕುರಿತು ವಿವರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದೇ ರೀತಿ ಉಗ್ರಾಣ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಅಧಿಕೃತ ಉಗ್ರಾಣಗಳನ್ನು ಉಪ ಪ್ರಾಂಗಣ ಅಥವಾ ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳೆಂದು ಘೋಷಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಅವಶ್ಯಕ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕನಾರ್ಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ತನ್ಸು ನಿಯಂತ್ರಣ ಆಯೋಗವು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕುರಿತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಎಹಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹಾಗೂ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸಬಹುದಾದ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಸೂಕ್ತ ಪರವಾನಗಿ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

‘ಶಿಫಾರಸ್ಸುಗಳ ಸಾರಾಂಶ’

11.01 ಮಾತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ :

- ಸಮಯಬದ್ಧವಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ ಹರಾಜು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದು.
- ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ ಸಂಪರ್ಕ ಅಥವಾ ಡಾಟಾಕಾಡಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು.
- ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಗುಣಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ನಿರ್ದರ್ಶಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ವಿಸ್ತೃತ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು. ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲು ಬೇಕಾಗುವ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಣಿತ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸ್ಥಾಪಿಸಿದರೆ, ಕ್ರಾಫಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಎಲ್ಲ ಭಾಗೀದಾರಿಗೆ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ನಂಬಿಕೆ ಬರುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ನಿಯಂತ್ರಣ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕು.
- ಮುಂದಿನ 12 ತಿಂಗಳ ಅವಧಿಯೊಳಗೆ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿ-ನಿರ್ವಹಿಸಿ-ಮಾಲೀಕತ್ವ ಹೊಂದಿ-ವರ್ಗಾವಳೆ (BOOT) ಅಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾದರಿ ತೆಗೆಯುವ, ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ವಿರೀಕರಣ ಸೌಲಭ್ಯ ಇರುವಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪಾರದರ್ಶಕ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವವಿರುವ ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳ ಮೂಲಕ ರೂಪಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಇನ್ನಿತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮುಂದಿನ ಏರಪು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ.
- ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ರೈಕರು ಹೆಸರು ನೋಂದಣಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ರೈಕರು ವಾಸಿಸುತ್ತಿರುವ ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ 50 ಕೆ.ಮೀ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಅವರಿಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿಯ ಇದು ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಧಾರಣೆ ಮಾಡಿಕೆಂದು ನೀಡಬೇಕು.
- ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಶೂನ್ಯ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯೊಂದಿಗೆ ಜೋಡಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾನವಿಕವಾಗಿ ಶೂನ್ಯ ಮಾಡುವುದರ ಬದಲಾಗಿ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಲಾಂಡ್ ನಂಬಿರಿಗೆ

ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಶೂನ್ಯ ದಾಖಲಾಗಬೇಕು. ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಶೂನ್ಯ ಆದ ತಕ್ಷಣ ಕಂಪೂಟರ್ ಮೂಲಕ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ/ಪಡೆಯಬೇಕಾದ ಹಣದ ವಿವರಗಳನ್ನು ವಿರೀದಿದಾರಿ/ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವಂತಾಗಬೇಕು.

- ದಲ್ಲಾಲರು ತಯಾರಿಸುವ ಲೆಕ್ಕೆ ತೀರುವಳಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಯಾಂತ್ರಿಕರಿಸಬೇಕು. ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವವರಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ವಿವರಗಳು ದೊರೆಯುವಂತಾಗಬೇಕು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆವಕ ಮತ್ತು ಜಾವಕ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗುವಂತಿರಬೇಕು. ಈ ಎಲ್ಲ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಾಗಿ ಕ್ರಾಫಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಸೂಕ್ತವಾದಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.
- ಕ್ರಾಫಿ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರ ಆದ ನಂತರ ವಿರೀದಿದಾರಿ/ದಲ್ಲಾಲರಿಂದ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಪಡೆದು ನೇರವಾಗಿ ರೈಕರಿಗೆ ಹಣ ಪಾವತಿಸುವಂತಹ ಸೂಕ್ತವಾದ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕು.
- ಮಾರಾಟ ಆದ ನಂತರ ಉತ್ತರನ್ನಿಂದ ಹಣವನ್ನು ರೈಕರ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಿದ ತಕ್ಷಣ ರೈಕರಿಗೆ ನಗದು ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಲು ಕ್ರಾಫಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಒಂದು ಸಫೇರುನ್ನು ಕರೆದು ತೀರ್ಮಾನಿಸಬೇಕು.
- ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೂನ್ಯ ಸಂಗ್ರಹ, ಲೆಕ್ಕೆ ಇಡುವುದು, ಶೂನ್ಯ ಪಾವತಿಸಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವುದು, ಬರಬೇಕಾದ ಶೂನ್ಯ ಹಾಗೂ ಪಾವತಿಸಿದ ಶೂನ್ಯಗಳ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಮಾಡುವುದು ಎಲ್ಲವನ್ನು ಯಾಂತ್ರಿಕರಿಸಬೇಕು.
- ಸರ್ಕಾರವು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲ ಮಾಡಿಕೆಂದು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು (Source Code) ಭದ್ರ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ದಿನನಿತ್ಯದ ವ್ಯಾಪಾರದ ಅಂತರ್ಗತ ಅಂತರ್ಗತ ದಾಖಲಿಸಬೇಕು.

12. ಅಂತೆ-ಸಂಶೈಗಳ ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಗೋಪ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ವಿಷಯಗಳನ್ನೇ ಸೂಲಂಡಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಸುಲಲಿತವಾಗಿ ನಡೆಯಂತೆ ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯ ಹಾಗೂ ಎನ್-ಸ್ಟ್ರೋ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯಗಳು, ಪಕ್ಷಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಒಷ್ಟಂದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

11.02 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆ :

1. ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಅನುಭಂಗವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಖರೀದಿದಾರರು ಬಾಗವಡಿಸಲು ಇರುವಂತಹ ನಿಯಮಗಳು, ಪರವಾನಿಗಿ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಹಾಗೂ ಜ್ಞಾತೆಗೆ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳ ಕುರಿತು ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಡಿಸಬೇಕು.
2. ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಆಗುವಂತಹ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಯಾವ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಬಹುದೆಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು. ದೂರದಲ್ಲಿರುವ ಖರೀದಿದಾರರು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತಹ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಸುಲಭ ಮಾರ್ಗ, ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಇನ್ನುಳಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಇರುವಂತಹ ಅಂತರ ಮೊದಲಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಹ ತಯಾರಿಸಬೇಕು.
3. ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾರ್ಗಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳ ಕುರಿತು, ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ದಲ್ಲಾಲರು ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ವೀಲೇವಾರಿ ಮಾಡುವ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ವಿಧಾನಗಳ ಕುರಿತು, ದಲ್ಲಾಲರು ವಿಧಿಸಬಹುದಾದ ಸೇವಾ ಮೂಲ್ಯದ ಕುರಿತು, ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಕೆಂಪು ಮೂಲ್ಯ ಇಲ್ಲಾಗಲು ಇರುವಂತಹ ಗರಿಷ್ಟ ಅವಧಿ ಕುರಿತು, ವ್ಯಾಜ್ ತೀವ್ರಾನ, ಏರಡನೆಯ ಸಾರಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಮಾಡಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ವಿಧಿವಿಧಾನಗಳ ಕುರಿತು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.
4. ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವಂತಹ ಸರ್ಕಾರವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಡಿಸಬೇಕು.

11.03 ಕಾರ್ಯತಃ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಾಫಿನೆ :

1. ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಅಧಿಕೃತ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉಪ ಪ್ರಾಂಗಣ ಅಥವಾ ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣವೆಂದು ಘೋಷಿಸುವುದು.
2. ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ನಡೆಸಲು ಇರುವ ಅರ್ಹತಾ ನಿಬಂಧನೆಗಳು, ಅವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು, ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆ ಸೌಲಭ್ಯ, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವೆಚ್ಚ ಹಾಗೂ ಜ್ಞಾತೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಎಲ್ಲ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಸ್ವಷ್ಟವಡಿಸಬೇಕು.

3. ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಪೂರಂಭಿಸಲು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ನಿಗಮ ಮತ್ತು ತಾಲ್ಲೂಕು ಕ್ರಮಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಸಹಕಾರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಸೂಕ್ತ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಯ್ದು ಮಾಡಬೇಕು. ಅವಶ್ಯಕವೆನಿಸಿದಲ್ಲಿ ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಅನುಭವವಿರುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿರ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಆಧಾರಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದ ಮೂಲಕ ಅಧಿಕೃತಗೊಳಿಸಲು ಕ್ರಮ ಕೇಂದ್ರೋತ್ತಮೆಯನ್ನು.

4. ದಾಸ್ತಾನು ಇಡುವಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವವಿರುವ ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಸೇವೆ ನಿಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಪಾರದರ್ಶಕ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಅಷ್ಟನ್ನಿಸಬೇಕು.
5. ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಎನ್-ಸ್ಟ್ರೋ ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸಂಗ್ರಹ, ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗೊಳಿಸಲು ಬೇಕಾದಂತಹ ಸೂಕ್ತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.
6. ಕ್ರಮಿ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾರ್ಗಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳು, ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಯ ದಲ್ಲಾಲರು ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ವೀಲೇವಾರಿ ಮಾಡುವ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ವಿಧಾನಗಳು, ದಲ್ಲಾಲರು ವಿಧಿಸಬಹುದಾದ ಸೇವಾ ಮೂಲ್ಯ, ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ವೆಚ್ಚ, ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ಇರುವಂತಹ ಗರಿಷ್ಟ ಅವಧಿ, ವ್ಯಾಜ್ ತೀವ್ರಾನ, ಏರಡನೆಯ ಸಾರಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಗುಣ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಮಾಡಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ವಿಧಿವಿಧಾನಗಳ ಕುರಿತು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.

7. ಸಾಲ ಪಡೆದ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಅಧಿನಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನ, ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿ ವಿಧಾನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾದ ಬಾಕಿ ಹಣದ ವಿವರಗಳು ಮೊದಲಾದವುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು.
8. ಪ್ರಮುಖ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಕಾರ್ಯಗಾರವನ್ನು ನಡೆಸಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಹಣಕಾಸು ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಒಂದು ನಿಯಮಾವಳಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.
9. ರಾಜ್ಯಾದ್ಯಂತ ಎಲ್ಲ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿಗೂ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಂತೆ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರಿಗೆ ಮತ್ತು ಇನ್ವಿಟರಿಗೆ ಸದರಿ ಸೇವಾ ನಿರ್ವಾಹಕರಿಗೆ ಮಾಡಿತ್ತಿರುವುದನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.
10. ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿ ಹಣಕಾಸು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದಕ್ಕೆ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ದಾಸ್ತಾನಿಡುವುದರಿಂದಾಗುವ ನಷ್ಟಭಂದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕುರಿತು ರೈತರಿಗೆ ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

11.04 ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

1. ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು (ಸ್ಥಳೀಯ ವಿನಿಮಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ನೇರ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಒಪ್ಪಂದ ಕ್ಷೇತ್ರ) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ವಿನಾಯಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಲು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಸೂಕ್ತ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ.
2. ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಯಾಗುವುದನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಸೂಕ್ತ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ.
3. ರೈತರಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಖರೀದಿಸುವ ಎಲ್ಲ ಸಂಸ್ಕರಣಕಾರರು ಎಹಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಮೌಳಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವರೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.
4. ಎಹಿಎಂಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡಿಗಾಗಿ ನೀಡಲಾಗಿರುವ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮನಾದ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಅಂದರೆ, ಹರಾಜು ಪಡ್ಡಿ, ಹಣ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಮೌಳಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನ ಹಾಗೂ ಎಹಿಎಂಸಿಯಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸುವ ಎಲ್ಲ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನೀಡುವಂತೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.
5. ಧಾರಣೆ ಮಾಡಿ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿನ ಧಾರಣೆ ಮಾಡಿಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕು.

11.05 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ :

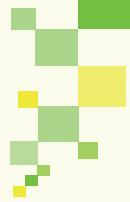
1. ಕ್ಷೇತ್ರಿಕೆರಿಸುವ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳಾದ ಕ್ಷೇತ್ರ ಉತ್ಸರ್ಗಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಗೂಡಿಸುವುದು, ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದು, ಸ್ವಜ್ಞಗೊಳಿಸುವುದು, ತೂಕ ಮಾಡುವುದು, ಹ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು, ಲೇಬಲ್ ಹಾಕುವುದು ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಗಳಿಗೆ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮಾಡುವ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಕೊಡಲು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿಯಿರುವ ಪ್ರಾಧಿಕರ ಕ್ಷೇತ್ರಿನ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕ್ಷೇತ್ರ ಉತ್ಸರ್ಗ ಸಹಕಾರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಮಾಡಿ ಹಾಗೂ ತರಬೇತಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಸಂಘಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.
2. ಈಗಿರುವ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದರ ಜೀರ್ಣಗಳೆಗೆ ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿಯೇ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
3. ಇಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಉಸ್ತುವಾರಿ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಣವನ್ನು ಬಂಡವಾಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನೀಡಲು ಸರ್ಕಾರ ಸೂಕ್ತ ನೀಡಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಬೇತು.
4. ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಬಿಂದುಸೂಚಿಸಲು ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಉಸ್ತುವಾರಿ ವಿಧಾನ, ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದಂತಹ ಹಂತಗಳು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಯಿಂದ

ಬರುವಂತಹ ಆದಾಯವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಾನ ಮೊದಲಾದ ವಿವರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

5. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿಯ ನಷ್ಟಭಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿದಾರರಾಗಿರುವರಿಂದ ಸೂಕ್ತ ವಂತಿಗೆಯನ್ನು ಪಡೆದು ಖಾತ್ರಿ ನಿರ್ದಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು.
6. ವ್ಯಾಪಕ ವಿದ್ಯುನ್ನಾನ್ ಹರಾಜು ಪಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಉಗ್ರಾಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ಯೋಜನೆ ಅನುವ್ಯಾಸಕ್ಕಾಗಿ ಹಾಗೂ ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಲೇವಾರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಹೊರಡಿಸುವುದು.

11.06 ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ :

1. ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕ್ಷೇತ್ರ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳಿಗೆ ಪಡಿಸುವುದು.
2. ಕ್ಷೇತ್ರ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ಹೋಬಳಿ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ರೈತ ಸಂಘನೆಗಳು ಅಥವಾ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉಪ ಗಂಪುಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆ ಸಂಘನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ರೈತರಿಗೆ ಅವುಗಳ ಮೂಲಕ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡುವುದು.
3. ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯವು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗಿದಾರಿಗೆ ತರಬೇತಿಗಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮತ್ತು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಇಲಾಬೆ/ವಿಭಾಗದ ಮೂಲಕ ತರಬೇತಿ ಮಾಡಿಸುವುದು.
4. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ರೈತರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿಸಲು ಎಹಿಎಂಸಿ/ಪ್ರಾಧಿಕರ ಕ್ಷೇತ್ರ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು, ತಾಲ್ಲೂಕು ಕ್ಷೇತ್ರ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಹಕಾರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಮಾಡಿ ಹಾಗೂ ತರಬೇತಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಹೊರಡಿಸುವುದು.
5. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಭಾಗಿದಾರರಿಗೆ ಮಾಡಿ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣಗಳು, ಉಗ್ರಾಗಳು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕಾಗಿ ನವೀನವಾದ ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಸಾರಣ ಫಲಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು.
6. ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಹಾಗೂ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ರೈತ ಸಂಘನೆಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಹಣಕಾಸು ನೇರವನ್ನು ನೀಡುವುದು.



11.07 ನಿಯಂತ್ರಣದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ :

1. ನಿಯಂತ್ರಣ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವನ್ನು ರಚಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ)ಶಾಸನವನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ರಚಿಸಬೇಕು.
2. ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ, 1966ರನ್ನು ಕನಾಟಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ (ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ ಎಂದು ಪುನರ್ ನಾಮಕರಣ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವುದು.
3. ಸ್ಥಾಯ ವಿಳಾಸದ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿಕೆಯು ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದೆ ಪರವಾನಿಗೆಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರು ಪಡೆಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಭದ್ರತೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಲ್ಯಾಸ್‌ನ್‌ ನೀಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯದಾಧ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಒಂದೇ ಪರವಾನಿಗೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಶಾಸನದ ಕಲಂ 72ರಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಈ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶ್ರೀ ವಿಧಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಲಂ ೬೫ರಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಶಿದ್ಧಪಡಿಯನ್ನು ತಂದು ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದು.

ಅನುಬಂಧ I

ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ನಡಾವಳಿ

ವಿಷಯ : ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಣೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನದ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆ ಸಮಿತಿಯ ರಚನೆ.

ಪಿಂತುಃಳಿಕೆ :

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿಯಾಗಿದೆ. ಆದರೂ ಹಲವು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಜನರು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿವೆ. ಸಧ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಿತಿಗಳು ಮತ್ತು ನಿರ್ಬಂಧಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪಿಸಿ ಹೋಗಲಾಡಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸುಧಾರಣೆ ಮೂಲಕ ರೈತರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ನಿರ್ಬಂಧರಹಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು, ಆದರೆ ಜೊತೆಗೆ ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟ ಭಾಗೀದಾರರು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಸ್ವಫ್ಱತ್ವಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವುದು, ಮಾರಾಟದ ಎಲ್ಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ಪ್ರೌಕ್ಷ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಗುಣ ಪ್ರಮಾಣ ಪ್ರತ್ಯಾಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ತಾಂತ್ರಿಕ, ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಹಾಯದ ಮೂಲಕ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬೆಂಬಲಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞನ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಜೋಡಣೆ ಮಾಡಲು, ರೈತರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಬೆಲೆ ನಿರ್ದರ್ಶನೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞನವು ಮುಖ್ಯ ಆಧಾರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸದರಿ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಸರ್ಕಾರವು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ರಚಿಸಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಸರ್ಕಾರಿ ಆದೇಶ ಸಂಖ್ಯೆ 98 ಎಂಆರ್ಎಂ 2013, ಬೆಂಗಳೂರು ದಿನಾಂಕ : 27.03.2013.

ಸಮ್ಮರ್ಗ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಸಲಹೆ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸುಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವ ಕ್ರಮಗಳ ಕುರಿತು ಗುರುತಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಒಂದು ಸಮಿತಿಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರವು ರಚಿಸಿರುತ್ತದೆ.

1. ಶ್ರೀ ಆರ್. ಮನೋಜ್., ಹೆಚ್‌ಪರಿ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ಸರ್ಕಾರ ಇಲಾಖೆ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಅಧ್ಯಕ್ಷರು.
2. ಶ್ರೀ ಪಿ. ಆರ್. ಶಿವಪ್ರಸಾದ್., ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ನಿಗಮ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.
3. ಶ್ರೀ ಗೋಪಾಲ ನಾಯಕ್., ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಐಬಿಎಂ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.
4. ಶ್ರೀ ಎಂ. ಎಸ್. ಜಯರಾಮ್., ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಕೃವಿ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.
5. ಶ್ರೀ ಆರ್.ಎನ್. ಚಾಮರಾಜ್., ಹೆಚ್‌ಪರಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು(ಆಡಳಿತ), ಕೃಮಾಜ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.

(ಸಂಪಾದಕರು)

6. ಶ್ರೀ ಬಿ. ಕೆ. ಗೋಪಾಲಯ್., ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಥಾನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ಕರಾರ್ಕ್ ಮಾಮಂ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.
7. ಶ್ರೀ ಹೆಚ್.ಎಸ್.ನಾಗರಾಜಯ್., ಜಂಟಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಸರ್ಕಾರ ಸಂಖಾರ, ಬೆಂಗಳೂರು. – ಸದಸ್ಯರು.

ಸಮಿತಿಯ ಸದಸ್ಯರು ಅವರಲ್ಲಿ ಜರ್ಜೆ ನಡೆಸಬೇಕು, ಭಾಗೀದಾರರೂಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚನೆ ನಡೆಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಾಗಾರವನ್ನು ನಡೆಸಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪಡೆದು ವರದಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಶಿಫಾರಸ್ಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಸಮಿತಿಯು ದಿನಾಂಕ : 04.05.2013ಕ್ಕೆ ಮುಂಜಿತವಾಗಿ ವರದಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

ರಾಜ್ಯಪಾಲರ ಆದೇಶಾನುಸಾರ

ಸಂಖ್ಯ/ -

(ಕ್ರ. ಪಾಪಣಿ)

ಸರ್ಕಾರದ ಅಧೀನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ

ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ

ಗ,

1. ಮಹಾಲೇಲಿಪಾಲರು(ಎ&ಜ್), ಕನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ, ಬೆಂಗಳೂರು.
2. ಶ್ರೀ ಆರ್. ಮನೋಜ್, ಐಪಾರ್ಲ್ಸ್, ಹೆಚ್‌ಪರಿ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ, ಕನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ, ಬೆಂಗಳೂರು.
3. ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆ, ನಂ:16, 2ನೇ ರಾಜಭವನ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-01.
4. ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಉಗ್ರಾಣ ಲಿಗಮ್, ನಂ:43, ಪ್ರೈಮ್‌ರೋಸ್ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-52.
5. ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿ, ನಂ:16, 2ನೇ ರಾಜಭವನ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-01.
6. ಶ್ರೀ ಚಾಮರಾಜು ಆರ್.ಎನ್., ಹೆಚ್‌ಪರಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು(ಅಡಳಿತ), ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಇಲಾಖೆ, ನಂ:16, 2ನೇ ರಾಜಭವನ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-01.
7. ಶ್ರೀ ಗೋಪಾಲಯ್ಯ ಜಿ.ಕೆ., ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಧಾನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ಕನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಂಡಳಿ, ನಂ:16, 2ನೇ ರಾಜಭವನ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-01.
8. ಶ್ರೀ ಜಯರಾಮ ಎಂ.ಎಸ್., ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಗಾಂಧಿ ಕೃಷಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಕೇಂದ್ರ, ಬಳ್ಳಾರಿ ರಸ್ತೆ, ಕೆರ್ಕೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-65.
9. ಶ್ರೀ ಗೋಪಾಲನಾಯ್ಯ, ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ಐವಾಂಬಿ, ಬನ್ನೇರುಪಟ್ಟ ರಸ್ತೆ, ಬಿಳೆಕವಡ್ಲು, ಬೆಂಗಳೂರು-76.
10. ಶ್ರೀ ಹೆಚ್.ಎಸ್.ನಾಗರಾಜಯ್ಯ, ಜಂಟಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ನಂ:70, ಜಯನಿವಾಸ, ಶಂಕರಮಠ ರಸ್ತೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-25.
11. ಮಾನ್ಯ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಹೆಚ್ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ ಸರ್ವಿಸರ ಆಪ್ತ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ವಿಕಾಸಸೌಧ, ಬೆಂಗಳೂರು.
12. ಮಾನ್ಯ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳ ಆಪ್ತ ಸಹಾಯಕರು, ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ, ಬೆಂಗಳೂರು.
13. ಕರ್ಬೇರಿ ಕಡತಕ್ಕೆ.

ಅನುಬಂಧ II

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಹಾಗೂ ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು				
ಕ್ರಮಂ	ವಿಭಾಗ/ಜಿಲ್ಲೆ	ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು	ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು	ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು
ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಭಾಗ				
1	ಬೆಂಗಳೂರು (ನಗರ)	2	7	9
2	ಬೆಂಗಳೂರು (ಗ್ರಾಮಾಂತರ)	2	4	6
3	ರಾಮನಗರ	3	5	8
4	ಬೆಂಗಳೂರು	4	8	12
5	ಬೆಂಗಳೂರು	5	9	14
6	ದಾವಣಿಗೆರೆ	6	8	14
7	ಕೋಲಾರ	5	7	12
8	ಶಿವಮೊಗ್ಗೆ	7	15	22
9	ತುಮಕೂರು	9	26	35
	ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	43	89	132
ಮೈಸೂರು ವಿಭಾಗ				
10	ಮೈಸೂರು	7	8	15
11	ಚಾವುರಾಜನಗರ	3	4	7
12	ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ	5	10	15
13	ಉಡುಪಿ	3	3	6
14	ಕೊಡಗು	3	4	7
15	ಬೆಂಗಳೂರು	5	10	15
16	ಹಾಸನ	6	17	23
17	ಮಂಡ್ಣಿ	6	11	17
	ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	38	67	105
ಬೆಳಗಾವಿ ವಿಭಾಗ				
18	ಬೆಳಗಾವಿ	10	38	48
19	ವಿಜಾಪುರ	4	13	17
20	ಬಾಗಲಕೋಟೆ	6	14	20
21	ಧಾರವಾಡ	5	13	18
22	ಗಡಗ	5	17	22
23	ಹಾವೇರಿ	7	12	19
24	ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ	8	20	28
	ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	45	127	172
ಗುಲಬಗಾಂ ವಿಭಾಗ				
25	ಗುಲಬಗಾಂ	5	14	19
26	ಯಾದಗೀರ	3	8	11
27	ಬಳ್ಳಾರಿ	6	15	21
28	ಬೀದರ	5	9	14
29	ರಾಯಚೂರು	5	11	16
30	ಕೊಪ್ಪಣಿ	5	14	19
	ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	29	71	100
	ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು	155	354	509

ಅನುಬಂಧ III

ಕ.ಕೃ.ಉ.ಮಾ.(ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ 1966ರ ಅನುಸಾರ ಫೋಷಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

Sl.No	1. ಪಶು ಸಂಗೋಪನೆ	6. ಹಣ್ಣಗಳು
1	ಜಾನುವಾರುಗಳು	26 ಸೇಬು
2	ಮೇಕೆಗಳು	27 ಬಾಳೆಹಣ್ಣು
3	ಕುರಿಗಳು	28 ಚೋರೆಹಣ್ಣು
2. ನೂಲು, ಎಳಿ.		29 ಹುಳಿ ಹಣ್ಣುಗಳು
4	ಹಕ್ಕಿ (ಬೀಜ ತೆಗೆದ ಮತ್ತು ತೆಗೆಯದ).	30 ಚಕ್ಕೊಳ್ಳೆನ ಹಣ್ಣು
3. ಹೊಗಳು		31 ಪೇರಲೆ ಹಣ್ಣು (ಸೀಬೆಹಣ್ಣು)
5	ಎಲ್ಲಾ ಹೊಗಳು	32 ದ್ರಾಕ್ಷೆ
4. ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯಗಳು.		33 ದಲಸಿನ ಹಣ್ಣು
6	ಸರ್ಟೆ	34 ಜಂಬು ನೇರಳೆಹಣ್ಣು
7	ಜವಗೋಧಿ	35 ನಿಂಬೆಹಣ್ಣು
8	ಜೋಳ	36 ಕರಬೂಜ
9	ಕಂಬು	37 ಮಾವಿನ ಹಣ್ಣು
10	ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ	38 ಮೂಸಂಬಿ
11	ನವಣೆ	39 ಮರಸೇಬು
12	ಭತ್ತ	40 ಪೈನಾಪಲ್ (ಅನಾನಸ್)
13	ರಾಗಿ	41 ಪಪ್ಪಾಯಿ ಹಣ್ಣು. (ಪರಂಗಿಹಣ್ಣು).
14	ಅಕ್ಕಿ	42 ದಾಳಿಂಬೆಹಣ್ಣು
15	ಸಾಮೆ (ಸಾವೆ)	43 ಸಮೋಟ (ಚಿಕ್ಕ)
16	ಗೋಧಿ	44 ಸಿದ್ದ್ಯೋಟ
5. ಅರಣ್ಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು		45 ಕಿತ್ತಕಿಳಿ
17	ಅಂಟುವಾಳ	46 ಕಲ್ಲಂಗಡಿ
18	ಚೊಂಬು	7. ವಣಿಕೆಬೀಜಗಳು
19	ಬೆತ್ತ	47 ನೆಲಗಡಲೆ (ಶೇಂಗಾ) (ಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಬೀಜ).
20	ಒಪ್ಪೆಬೀಜ.	48 ಹರಳು ಬೀಜ
21	ಹೊಂಗೆ ಬೀಜ	49 ಹತ್ತಿ ಬೀಜ
22	ಬೇವಿನ ಬೀಜ.	50 ಅಗಸೆ ಬೀಜ
23	ಸೀಗೆಕಾಯಿ	51 ಸಾಸುವೆ.
24	ಹಣಸೇಹಣ್ಣು	52 ಮಜ್ಜೆಕ್ಕು.
25	ಹಣಸೇಬೀಜ	53 ಕುಸುಬೆ

ಕ.ಕ್ರ.ಉ.ಮಾ.(ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ) ಶಾಸನ 1966ರ ಅನುಷಾರ ಘೋಷಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

8. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಂಭಾರು ಪದಾರ್ಥಗಳು	
57	ಅಡಿಕೆ
58	ಗೋಡಂಬಿ ಬೀಜ
59	ಒಣಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ
60	ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ
61	ಕೊಬ್ಬರಿ
62	ಕೊತ್ತಂಬರಿ ಬೀಜ(ದನಿಯಾ).
63	ಬೆಳ್ಳಣಿ
64	ಶುಂಠಿ
65	ಮೆಂತ್ರೆ
66	ಕಾಳುಮೆಣಸು
67	ಅರಿಣಿ
9. ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು	
68	ಅಲಸಂದೆ (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
69	ಅವರೆ (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
70	ಕಡಲೆ (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
71	ಉದ್ದು (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
72	ಅವರೇಕಾಳು (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
73	ಹೆಸರು (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
74	ಹುರಳಿ
75	ಲಾಕ್ (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
76	ಮಡಿಕೆ (ಮಟಕೆ) (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
77	ಚೆನ್ನಂಗಿ(ಮಸೂರಿ) (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
78	ಬಂಪಾಣಿ
79	ತೊಗರಿ ((ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)
80	ಮೋತ್ (ಇಡೀ ಮತ್ತು ಒಡೆದ)

10. ತರಕಾರಿಗಳು	
81	ಎಲ್ಲ ತರಕಾರಿಗಳು ಸೊಮ್ಮೆಗಳು ಸೇರಿಸಿ (ಆದರೆ ಗೆರೆನ್ ಹೊರತುಪಡಿಸಿ)
82	ಕಾಂಬಿಗಳು
83	ಹಸಿರು ಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ
84	ಇರುಣಿ
85	ಆಲೂಗಡ್ಡೆ
86	ಸುವರ್ಣಗಡ್ಡೆ
87	ಸಿಹಿಗೆಣಸು (ಗೊಸು)
88	ಟೊಮಾಟೋ
11. ಇತರೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು	
89	ವೀಣ್ಯದೆಲೆ
90	ಬೆಲ್ಲ
91	ತೆಂಗಿನಕಡ್ಡಿ
92	ಒಣ ದ್ವಾಢಿ

ಅನುಬಂಧ IV

ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಸವಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು		
ಕ್ರಮಂ	ಉತ್ಸವದ ಹೆಸರು	ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಹೆಸರು
1	ಭತ್ತ	ಗಂಗಾವತಿ, ಭದ್ರಾವತಿ, ದಾವಣಗೆರೆ, ಕೆ.ಆರ್.ನಗರ, ರಾಯಚೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಸಿಂಧನಾರು, ಸಿರುಗುಪ್ಪ.
2	ರಾಗಿ	ಪಿರಿಯಾಪಟ್ಟಣ, ಚಿಂತಾಮನಿ, ಮಳಿಯಾರು, ಬೆಂಗಳೂರು, ಕಡೂರು, ಮೈಸೂರು, ಹಾಸನ, ತುಮಕೂರು, ಅರಸಿಕರೆ, ನಾಗಮಂಗಲ.
3	ಮೇಕ್ಕೆಚೋಳ	ಬಾಗಲಕೋಟಿ, ವಿಜಾಪೂರ, ದಾವಣಗೆರೆ, ಹಾಸನ, ಹೊನ್ನಾಡಿ, ಶಿಕಾರಿಪುರ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ರಾಣೀಬೆನ್ನೂರು.
4	ಜೋಳ	ವಿಜಾಪೂರ, ಗದಗ, ಬಾಗಲಕೋಟಿ, ಗುಲಬಗಾರ.
5	ತೊಗರಿ	ಗುಲಬಗಾರ, ಬೀದರ, ರಾಯಚೂರು, ಯಾದಗೀರ, ತಾಳಿಕೋಟಿ.
6	ಕಡಲೆ	ಗದಗ, ಗುಲಬಗಾರ, ಬಾಗಲಕೋಟಿ, ಯಾದಗೀರ, ತಾಳಿಕೋಟಿ.
7	ಹೆಸರು	ಧಾರವಾಡ, ಗದಗ, ಗುಲಬಗಾರ, ಹುಬ್ಬಳಿ, ಮೈಸೂರು.
8	ಕಡಲೇಕಾಯಿ (ಶೇಂಗಾ).	ಬಳ್ಳಾರಿ, ವಿಜಾಪೂರ, ಚಳ್ಳಕರೆ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ, ದಾವಣಗೆರೆ, ಕೊಪ್ಪಳ, ರಾಯಚೂರು, ರಾಮದುರ್ಗ, ಹಾವೇರಿ.
9	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	ಬಾಗಲಕೋಟಿ, ಬಳ್ಳಾರಿ, ಗದಗ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ, ಚಳ್ಳಕರೆ, ಯಾದಗೀರ, ಗುಲಬಗಾರ, ರಾಣೀಬೆನ್ನೂರು.
10	ಸೋರ್ಯಮಾಳೀನ್	ಬ್ಯೇಲ್ಮೋಂಗಲ, ಹುಬ್ಬಳಿ, ಕಲಷಾಪಿ, ಧಾರವಾಡ, ಹೈದರಾಬಾದ್, ಸಂಕೇಶ್ವರ.
11	ಉಂಡ ಕೊಬ್ಬರಿ	ತಿಪ್ಪುರು, ಅರಸಿಕರೆ, ತುರುವೇಕರೆ, ಗುಬ್ಬಿ, ಮಳಿಯಾರು, ಜನ್ನರಾಯಪಟ್ಟಣ.
12	ಅಡಿಕೆ	ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಸಾಗರ, ಶಿರಸಿ, ಸಿದ್ದಾಪುರ, ಮಂಗಳೂರು, ಮತ್ತೊರು, ತೀರ್ಥಹಳ್ಳಿ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ(ಭೀಮಸಮುದ್ರ).
13	ಗೋಡಂಬಿ	ಮತ್ತೊರು, ಸುಳ್ಳ, ಮಂಗಳೂರು, ಉಡುಪಿ, ಬೆಳ್ಳಂಗಡಿ, ಕಾಕ್ಳಿ.
14	ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ	ಜಾಮರಾಜನಗರ, ಅರಸಿಕರೆ, ತಿಪ್ಪುರು, ಜನ್ನರಾಯಪಟ್ಟಣ, ಜಿಕ್ಕಾನಾಯಕನಪಟ್ಟಣ, ಬೆಂಗಳೂರು, ಭದ್ರಾವತಿ, ಜಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ, ಹೊಸದುರ್ಗ, ಹಿರಿಯಾರು, ಸಿರಾ, ಕುಟಿಗಲ್, ನಾಗಮಂಗಲ, ಕೆ.ಆರ್.ಪೇಟೆ, ಕೆ.ಆರ್.ನಗರ, ಕಡೂರು, ಕುಂದಾಪುರ, ಗುಂಡ್ಲುಪೇಟೆ, ಸುಳ್ಳ, ಕಾಕ್ಳಿ.
15	ಒಣಮೆಣಿನಕಾಯಿ	ಬ್ಯಾಡ್‌ಗಿ, ಹುಬ್ಬಳಿ, ಗದಗ, ಮೈಸೂರು.
16	ಅರಿಶಿಂ	ಜಾಮರಾಜನಗರ.
17	ಬೆಳ್ಳು	ಜಾಮರಾಜನಗರ, ಮಂಡ್ಯ, ಮಹಾಲೀಂಗಪುರ, ಭದ್ರಾವತಿ.
18	ಹತ್ತಿ	ಬಳ್ಳಾರಿ, ವಿಜಾಪೂರ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ, ದಾವಣಗೆರೆ, ಗದಗ, ಹುಬ್ಬಳಿ, ರಾಯಚೂರು, ಸವದತ್ತಿ, ಬ್ಯೇಲ್ಮೋಂಗಲ, ಸಂತೆಸರಗೂರು, ನರಗುಂದ, ಧಾರವಾಡ, ರಾಣೀಬೆನ್ನೂರು, ಹಾವೇರಿ.
19	ಹಣಸೇವಣ್ಣು	ತುಮಕೂರು, ಮೈಸೂರು, ಚಿಂತಾಮನಿ.
20	ಈರುಳ್ಳಿ	ಬೆಂಗಳೂರು, ವಿಜಾಪೂರ, ಹುಬ್ಬಳಿ, ಗದಗ, ರಾಯಚೂರು, ಬೆಳ್ಗಾವಿ, ಚಳ್ಳಕರೆ, ದಾವಣಗೆರೆ, ಮೈಸೂರು.
21	ಅಲೂಗಡ್ಡೆ	ಬೆಂಗಳೂರು, ಹುಬ್ಬಳಿ, ಹಾಸನ, ಧಾರವಾಡ, ಜಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ.
22	ಕೊಮ್ಮಾಟಕೋ	ಕೋಲಾರ, ಜಾಮರಾಜನಗರ, ಮೈಸೂರು, ದಾವಣಗೆರೆ, ಬೆಂಗಳೂರು, ಚಿಂತಾಮನಿ, ಶ್ರೀನಿವಾಸಪುರ, ಮುಳಿಬಾಗಲು, ಹೊನ್ನಾಡಿ, ನಾಗಮಂಗಲ, ಜಿಕ್ಕಮಂಗಳೂರು.
23	ಮಾವಿನಹಣ್ಣು	ಶ್ರೀನಿವಾಸಪುರ, ಬೆಂಗಳೂರು, ರಾಮನಗರ, ಜನ್ನಪಟ್ಟಣ, ಹಾನಗಲ್, ಧಾರವಾಡ, ಬೆಳ್ಗಾವಿ, ಮೈಸೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಜಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ, ಮುಳಿಬಾಗಲು, ಶಿಕಾರಿಪುರ.
24	ದಾಳಿಂಬಿಹಣ್ಣು	ಬೆಂಗಳೂರು, ವಿಜಾಪೂರ, ಕೊಪ್ಪಳ, ಕುಪ್ಪಣಿ.
25	ಬಾಳಿಹಣ್ಣು	ಹೊಸಪೇಟೆ, ಬೆಂಗಳೂರು, ಜನ್ನಪಟ್ಟಣ, ಶಿರಸಿ, ಕನಕಪುರ.

ಅನುಬಂಧ V

**2009–10 ರಿಂದ 2011–12ರ ವರ್ಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಾಷಿಕ
ಆವಕ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳ ವಿವರಗಳು.**

ಕ್ರನಂ	(Arrivals in Tonnes)			(Value in Rs. Lakhs)			
	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	2009-10		2010-11		2011-12	
		ಆವಕ	ಮೌಲ್ಯ	ಆವಕ	ಮೌಲ್ಯ	ಆವಕ	ಮೌಲ್ಯ
I Food Crops							
1	ಸಜ್ಜೆ	80489	6384	81876	7110	83606	8662
2	ಜವೆಗೋಡಿ						
3	ಜೋಳ	115972	10616	67854	9026	60860	11948
4	ಕಂಬು						
5	ಮುಕ್ಕೆಜೋಳ	2108789	172814	2374060	220022	2339964	247581
6	ನವಹಳ್ಳಿ	10240	1219	8516	1111	7024	943
7	ಭತ್ತು	2397117	287823	3165601	348681	3217662	372591
8	ರಾಗಿ	75224	6779	91452	8026	106945	9876
9	ಅಕ್ಕಿ	634760	162108	658854	141537	671669	151300
10	ಸಾಮು (ಸಾಮೆ).	13020	1784	9477	1894	7845	1486
11	ಗೋಧಿ	169438	24855	177567	26619	184745	27440
	ಒಟ್ಟು	5605048	674381	6635256	764025	6680320	831826
II Pulses							
12	ಅಲಸಂದೆ	24222	5669	24803	6922	25818	6857
13	ಅವರೆ	3289	883	2306	588	1937	498
14	ಕಡಲೆ	183430	39634	167786	37760	144643	47964
15	ಉದ್ದು	9993	4243	21049	7792	18159	6636
16	ಅವರೇಕಾಯಿ						
17	ಹೆಸರು	64200	29320	125457	54965	126532	51914
18	ಹುರಳಿ	14031	2677	20697	4066	21407	2923
19	ಲಾಕ್						
20	ಮುಡಿಕೆ (ಮಟಕಿ).	50	19	65	29	92	34
21	ಜೆನ್ನಂಗಿ (ಮಸೂರಿ).	4142	2206	6260	2552	6830	2583
22	ಒಟ್ಟಾಣೆ	13492	3598	13627	3221	11627	3233
23	ತೊಗರಿ	217386	102293	427849	162954	345546	123086
24	ಮೋತ್ತ.			540	367		
	ಒಟ್ಟು	534235	190543	810439	281216	702591	245727

2009–10 ರಿಂದ 2011–12ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಅವಕ ಮತ್ತು ಮೊಲ್ಲುಗಳ ವಿವರಗಳು.

ಕ್ರಮಂ	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	2009-10		2010-11		2011-12	
		ಅವಕ	ಮೊಲ್ಲು	ಅವಕ	ಮೊಲ್ಲು	ಅವಕ	ಮೊಲ್ಲು
3. ಎಣ್ಣೆ ಬೀಜಗಳು.							
25	ನೆಲಗಡಲೆ(ಶೇಂಗಾ) (ಸಿಪ್ಪೆಸಿಂಟೆ)	232727	58547	231355	71721	227714	90234
	ನೆಲಗಡಲೆ(ಸಿಪ್ಪೆರೆಚಿಂಟೆ).	3289	1331	8378	3636	5653	3022
26	ಹರಭು ಬೀಜ.	180	38	1261	265	743	237
27	ಹತ್ತಿ ಬೀಜ	66	11	82	46	2187	306
28	ಅಗಸೆ ಬೀಜ.	29	7	64	13	52	12
29	ಸಾಸುವೆ	2358	706	2794	792	2538	818
30	ಹುಣ್ಣೆಭ್ರು	199	85	699	236	1402	450
31	ಕುಸುಬೆ	7259	1562	5303	1073	5070	1274
32	ಎಳ್ಳು	18845	7927	27969	9982	15574	6495
33	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಬೀಜ	15596	32336	99955	27418	91238	26931
34	ಸೋರ್ಯಾಬಿನ್	36196	7758	49343	10560	60126	13516
	ಒಟ್ಟು	316743	110308	427202	125743	412298	143296
4. ತೊಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಂಭಾರು ಪದಾರ್ಥಗಳು.							
35	ಅಡಿಕೆ	216430	178710	218871	196295	218762	237670
36	ಗೋಡಂಬಿ ಬೀಜ	7461	3262	8512	4269	16587	10306
37	ಒಣಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ	61999	33110	65016	55376	89966	58668
38	ಕೊಬ್ಬರಿ	76332	33497	92547	43509	95454	61203
	ಕವಟು ಕೊಬ್ಬರಿ	22865	4705	33135	9464	38906	15353
39	ಕೊತ್ತಂಬರಿ ಬೀಜ	12772	6527	12594	5223	14191	7139
40	ಬೆಳ್ಳುಳ್ಳು	49756	21242	37379	20096	47950	17414
41	ಶುಂಠಿ	1770	1424	5575	4066	20468	9914
42	ಮುಂತ್ತೆ	1801	610	2026	647	1698	510
43	ಕಾಳಮೆಣಸು	9283	8657	7599	9338	8145	17150
44	ಅರಿಶಿಣ	2004	1195	3658	4185	9826	5192
	ಒಟ್ಟು	462472	292938	486911	352468	561954	440520
5. ತರಕಾರಿಗಳು							
45	ಎಲ್ಲ ತರಕಾರಿಗಳು	2102294	206663	2044647	249013	2674299	217238
46	ಕಾಯಿಗಳು	7386	70	9391	797	9259	873
47	ಹಸಿ ಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ	24070	1928	24482	2439	23002	2490
48	ಉರ್ಳು	929107	93954	951586	143539	1058555	94685
49	ಆಲೂಗಡ್ಡೆ	364751	41414	433508	36428	491309	44717

2009–10 ರಿಂದ 2011–12ರ ಪರೀಕ್ಷೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಆವಕ ಮತ್ತು ಮೊಲ್ಲುಗಳ ವಿವರಗಳು.

ಕ್ರಮಂ	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	2009-10		2010-11		2011-12	
		ಆವಕ	ಮೊಲ್ಲು	ಆವಕ	ಮೊಲ್ಲು	ಆವಕ	ಮೊಲ್ಲು
50	ಸುವರ್ಣಗಡ್ಡೆ	2346	259	2062	238	1941	244
51	ಸಿಹಿ ಗೋಸು	35514	1018	8436	236	28290	1074
52	ಟೊಮಾಟೋ	33823	13261	301021	18923	317785	18076
		3499290	358567	3775133	451614	4604440	379397
6. ಹಣ್ಣಗಳು.							
53	ಸೇಬು	11182	5816	14327	7315	45353	25543
54	ಬಾಳೆಹಣ್ಣು	57565	8874	66683	11141	46736	6364
55	ಬೋರೆಹಣ್ಣು	3086	199	2410	212	2090	115
56	ಹುಳ್ಳಿ ಹಣ್ಣಗಳು						
57	ಚಕ್ಕೆಗ್ನೆನಹಣ್ಣು						
58	ಪೇರಲ ಹಣ್ಣು	360	8	347	43	337	55
59	ದ್ವಾಢೆ	6402	883	10657	1674	9289	1500
60	ಹಳಸಿನ ಹಣ್ಣು	1089	15	890	21	675	21
61	ಜಂಬು ನೇರಳೆಹಣ್ಣು						
62	ನಿಂಬೆಹಣ್ಣು	22084	2010	34176	2274	20224	1492
63	ಕರಬೂಜ	2867	341	2871	458	9507	719
64	ಮಾವು	54330	5142	42282	3618	24379	2064
65	ಮೂಸಂಬಿ	18232	2091	28171	3990	51631	5007
66	ಮರಸೇಬು	61	3	1	0	420	45
67	ಅನಾನಸ(ಪ್ರೇನಾಪಲ್)	3674	281	4469	404	7150	836
68	ಪರಂಗಿಹಣ್ಣು (ಪಪ್ಪಾಯ)	13386	340	8112	276	7040	332
69	ದಾಳಂಬೆಹಣ್ಣು	9390	2012	9603	2350	11299	2296
70	ಸಮೋಬ(ಚಿಕ್ಕಹಣ್ಣು)	2642	361	2880	442	1589	222
71	ಸಿದ್ದೋಬೆ						
72	ಕಿತ್ತಳೆ ಹಣ್ಣು	5488	867	5881	1006	32467	4685
73	ಕಲ್ಲಂಗಡೆ	19692	918	16004	1014	20314	1160
	ಒಟ್ಟು	231531	30163	249765	36239	290498	52454
7. ಸೂಲು ಎಳೆ.							
74	ಹತ್ತಿ	368918	109698	480610	225881	456945	181607
		368918	109698	480610	225881	456945	181607

2009–10 ರಿಂದ 2011–12ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಾಸ್ತವಕ್ಕಾಗಿ ಅವಕ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳ ವಿವರಗಳು.

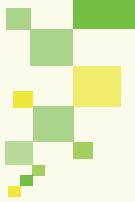
ಕ್ರಮಂ	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	2009-10		2010-11		2011-12	
		ಅವಕ	ಮೌಲ್ಯ	ಅವಕ	ಮೌಲ್ಯ	ಅವಕ	ಮೌಲ್ಯ
8. ಅರಣ್ಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು							
75	ಅಂಟಿವಾಳ	2149	196	1836	178	2604	187
76	ಬೊಂಬು	0	1267	0	298	0	1
77	ಬೆತ್ತೆ	0	0	0	1	0	0
78	ಹಿಪ್ಪೆಬೀಜ	97	5	64	9	18	3
79	ಹೊಂಗೆ ಬೀಜಗಳು	1125	158	1862	218	2068	383
80	ಬೇವಿನ ಬೀಜಗಳು	5912	528	4650	482	8240	830
81	ಸೀಗೆಕಾಯಿ	9598	2124	7844	949	5809	1143
82	ಹುಣಸೇವಣ್ಣು	22288	6997	23642	8934	19990	9811
83	ಹುಣಸೇ ಬೀಜ	10751	665	10594	1001	10867	1175
	ಒಟ್ಟು	51920	11940	50491	12070	49597	13532
9. ಇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು							
84	ವೀಳ್ಳುದೆಲೆ	28927	726	35369	908	6524	921
85	ಬೆಲ್ಲ	191969	48373	192005	42705	202362	47253
86	ತೆಂಗಿನಕಡ್ಡಿ	19754	798	17853	893	24153	1514
87	ಒಣದ್ರಾಕ್ಷಿ					235	192
		240650	49897	245227	44506	233273	49879
	1 ರಿಂದ 9ರ ಒಟ್ಟು	11310806	1828436	13161035	2293762	13991916	2338238
10. ಪಶು ಸಂಗೋಪನೆ							
88	ಜಾನುವಾರುಗಳು.(ಸಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	442261	55663	419546	56405	488746	75466
89	ಮೇಕೆಗಳು (ಸಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	710193	20389	666260	21284	766711	24188
90	ಕುರಿಗಳು. (ಸಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	940561	27382	862131	23973	1245293	47940
	ಒಟ್ಟು	2093015	103434	1947937	101662	2500750	147595
XI 91	ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ (ಸಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	336968430	14351	499429751	24451	531734754	33014
	10 ಯಾಗೂ 11ರ ಒಟ್ಟು	339061445	117785	501377688	126114	534235504	180608
	1 ರಿಂದ 11ರ ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು		1946221		2419875		2518846

ಅನುಬಂಧ VI

2007-08 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರ್ಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಸ್ಥಾಪಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಜಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ಬೆಂಗಳೂರು (ನಗರ) ಜಿಲ್ಲೆ.					
1 ಬೆಂಗಳೂರು	1655.14	1611.70	1895.67	2307.54	2075.46
2 ಬೆಂಗಳೂರು(ತರಕಾರಿ)	317.57	295.12	468.49	570.09	660.50
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	1972.71	1906.82	2364.16	2877.63	2735.96
ಬೆಂಗಳೂರು (ಗ್ರಾಮಾಂತರ) ಜಿಲ್ಲೆ.					
3 ದೊಡ್ಡಬಳ್ಳಾಮರ	137.86	247.53	290.63	331.14	163.90
4 ಹೊಸಕೋಟೆ					86.99
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	137.86	247.53	290.63	331.14	250.89
ರಾಮನಗರ ಜಿಲ್ಲೆ.					
5 ಚನ್ನಪಟ್ಟಣ	17.31	18.67	24.73	35.08	35.05
6 ಕನಕಪುರ	6.20	4.07	7.16	13.66	17.53
7 ರಾಮನಗರ	20.25	22.11	30.51	47.70	50.31
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	43.76	44.85	62.40	96.44	102.89
ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಮರ ಜಿಲ್ಲೆ					
8 ಜಿಂತಾಮಣಿ	27.35	25.93	32.41	52.42	62.37
9 ಗೌರಿಬಿದನೂರು	26.66	19.74	45.60	102.04	163.80
10 ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಮರ	29.65	34.61	43.64	55.28	77.44
11 ಬಾಗೇಪಲ್ಲಿ	16.01	17.08	16.37	34.21	45.89
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	99.67	97.36	138.02	243.95	349.50
ಚಿತ್ತದುಗ್ರ ಜಿಲ್ಲೆ					
12 ಚಿತ್ತದುಗ್ರ	332.68	397.55	510.92	616.12	619.37
13 ಚಳ್ಳಕರೆ	254.67	123.09	170.07	195.03	191.14
14 ಹಿರಿಯೂರು	43.47	57.18	23.87	52.76	152.78
15 ಹೊಸದುಗ್ರ	107.58	105.00	153.24	146.35	113.33
16 ಹೊಳ್ಳಿಕರೆ					
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	738.40	682.82	858.10	1010.26	1076.62
ದಾವಣಗರೆ ಜಿಲ್ಲೆ					
17 ದಾವಣಗರೆ	355.32	426.89	604.44	675.90	683.26
18 ಪರಿವರ್ತ	87.37	100.09	182.63	223.20	163.27
19 ಚನ್ನಗಿರಿ	173.01	166.96	288.70	243.15	317.08
20 ಹೊನ್ನಾಳಿ	73.44	81.34	107.02	155.33	159.67
21 ಹರಪನಹಳ್ಳಿ	12.81	20.19	54.20	72.43	70.57
22 ಜಗಳೂರು	11.12	15.22	29.49	39.43	41.03
ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	713.07	810.69	1266.48	1409.44	1434.88



**2007-08 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.**

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆ:					
23 ಕೋಲಾರ	78.08	61.89	81.63	113.61	109.30
24 ಬಂಗಾರಪೇಟೆ	265.34	159.50	165.94	169.41	251.32
25 ಮಾಲಾರು					
26 ಮುಖಾಗಲು	16.85	15.07	17.33	23.98	23.84
27 ಶೈನಿವಾಸಪುರ	31.44	20.00	60.60	46.96	65.47
	ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	427.62	303.86	380.87	411.23
ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಜಿಲ್ಲೆ:					
28 ಶಿವಮೊಗ್ಗ	731.69	880.78	1153.87	1247.53	1322.42
29 ಸಾಗರ	177.66	192.50	305.54	370.65	300.09
30 ಶಿಕಾರಿಪುರ	67.23	92.55	152.23	225.89	237.57
31 ಭಡ್ರಾವತಿ	124.79	151.12	191.98	274.69	303.05
32 ಹೊಸನಗರ				15.23	89.04
33 ಶೀರ್ಧವಳ್ಳಿ				27.32	107.15
34 ಸೂರಬಿ				17.66	82.44
	ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	1101.37	1316.95	1803.62	2178.97
ತುಮಕೂರು ಜಿಲ್ಲೆ:					
35 ತುಮಕೂರು	225.62	323.97	416.47	379.60	372.08
36 ಗುಬ್ಬಿ	46.82	46.05	46.48	37.13	61.42
37 ಹುಳಿಯಾರು	34.26	36.87	54.56	75.70	68.05
38 ಮಧುಗಿರಿ	15.46	12.69	19.16	20.92	18.07
39 ಪಾವಗಡ	28.14	18.79	16.23	30.31	39.32
40 ಸಿರಾ	66.26	61.37	56.36	65.46	59.31
41 ತಿಪ್ಪಣಾರು	151.26	193.18	366.33	538.30	764.13
42 ತುರುವೆಕೆರೆ	33.16	32.51	38.96	42.37	57.51
43 ಕುಣಿಗಲ್	5.73	11.71	12.94	22.11	23.49
	ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	606.71	737.14	1027.49	1211.90
	ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	5841.17	6148.02	8191.77	9770.96
					10338.25
ಮೈಸೂರು ವಿಭಾಗ - ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆ:					
44 ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು	46.45	52.88	68.22	105.39	79.52
45 ತರಿಕೆರೆ	55.38	69.44	80.73	109.66	122.82
46 ಕಡೂರು	74.32	87.56	95.75	117.52	151.57
47 ಮೂಡಿಗೆರೆ	27.13	23.99	27.33	28.67	32.34
48 ಶ್ರೀಂಗೇರಿ	34.99	40.39	60.53	51.46	55.69
	ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	238.27	274.26	332.56	412.70
					441.94

**2007-08 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರ್ಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.**

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಜಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು		2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ಕೊಡಗು ಜಿಲ್ಲೆ						
49	ಮಡಕೆರಿ	20.38	18.42	20.34	20.63	21.83
50	ಗೋಡೆಕೊಪ್ಪಲು	71.39	93.87	109.54	112.30	131.72
51	ಸೋಮವಾರೇಣೆ	45.02	70.39	100.53	135.46	113.72
	ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	136.79	182.68	230.41	268.39	267.27
ಹಾಸನ ಜಿಲ್ಲೆ						
52	ಹಾಸನ	122.04	147.82	250.50	367.22	411.30
53	ಜನ್ಮರಾಯಪಟ್ಟಣ	37.59	36.52	41.25	51.26	75.83
54	ಅರಸಿಕರೆ	150.03	124.41	167.38	210.39	344.53
55	ಹೊಳೆನರಸೀಮರ	20.56	32.34	54.47	80.79	112.50
56	ಸಕಲೇಶಮರ	24.62	31.41	41.47	47.68	50.00
57	ಬೇಲೂರು	27.00	33.32	54.44	86.46	104.78
	ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	381.84	405.82	609.51	843.80	1098.94
ಮಂಡ್ಯ ಜಿಲ್ಲೆ						
58	ಮಂಡ್ಯ	172.42	261.53	517.88	422.28	437.20
59	ಮದ್ವಾರು	54.68	82.66	101.18	131.74	165.26
60	ಕೆ. ಆರ್. ಪೇಟೆ.	23.28	2.91	25.39	37.36	50.10
61	ನಾಗಮಂಗಲ	32.44	33.24	43.63	63.82	63.81
62	ಪಾಂಡವಮರ	10.51	14.03	22.75	24.94	33.87
63	ಶ್ರೀರಂಗಪಟ್ಟಣ	24.38	33.34	34.28	42.50	28.68
	ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	317.71	427.71	745.11	722.64	778.92
ಮೈಸೂರು ಜಿಲ್ಲೆ						
64	ಮೈಸೂರು	256.51	319.68	424.65	462.75	513.20
65	ಹುಣಸೂರು	46.38	56.15	52.21	45.82	71.87
66	ಕೆ. ಆರ್. ನಗರ.	44.02	47.37	64.64	84.16	84.83
67	ನಂಜನಗೂಡು	38.21	56.80	94.76	129.96	124.91
68	ಸಂತೆ ಸರಗೂರು	31.41	46.47	77.69	142.67	141.97
69	ಟಿ. ನರಸೀಮರ	89.14	114.20	150.46	189.65	161.30
70	ಪಿರಿಯಾಪಟ್ಟಣ.	33.33	44.59	49.93	68.03	89.39
	ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	539.00	685.26	914.34	1123.04	1187.47
ಚಾಮರಾಜನಗರ ಜಿಲ್ಲೆ						
71	ಚಾಮರಾಜನಗರ	35.76	57.58	52.02	56.43	75.30
72	ಕೊಳ್ಳೆಗಾಲ	27.60	34.72	47.11	50.73	60.02
73	ಗುಂಡ್ಲಪೇಟೆ	54.01	55.07	50.26	95.38	130.67
	ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	117.37	147.37	149.39	202.54	265.99

**2007–08 ರಿಂದ 2011–12ರ ವರೆಗೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಸ್ಥಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.**

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಚಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಚಿಲ್ಲೆ					
74 ಮಂಗಳೂರು	258.53	335.24	382.78	397.88	435.64
75 ಪುತ್ತುರು	86.51	175.71	183.51	200.95	218.91
76 ಸುಳ್ಳ	50.40	87.83	101.46	109.85	151.38
77 ಬೆಳ್ಳಂಗಡಿ	32.42	44.84	56.45	70.31	75.06
78 ಬಂಡ್ರಾಳ	48.08	124.18	139.25	135.13	173.46
ಚಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	475.94	767.80	863.45	914.12	1054.45
ಉಡುಪಿ ಚಿಲ್ಲೆ					
79 ಉಡುಪಿ	29.08	29.98	47.49	59.50	64.32
80 ಕಾರ್ಕಳ	43.57	62.44	78.71	121.29	150.81
81 ಕುಂದಾಪುರ	28.64	36.60	42.21	53.72	67.84
ಚಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	101.29	129.02	168.41	234.51	282.97
ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	2308.21	3019.92	4013.18	4721.74	5377.95
ಬೆಳ್ಗಾವಿ ವಿಭಾಗ					
82 ಬೆಳ್ಗಾವಿ	168.44	159.30	222.93	219.83	227.42
83 ಜ್ಯೇಷ್ಠಹಾಂಗಲ	99.58	125.76	146.68	234.22	269.81
84 ಗೊಕ್ಕಾಕ	86.06	123.89	179.27	234.00	256.63
85 ಅಡಣಿ	18.53	13.58	10.61	16.13	26.99
86 ಕುಡಚಿ	4.78	5.49	4.71	4.22	7.09
87 ನಂದಗಡ	6.97	10.99	9.09	9.29	8.84
88 ನಿಪ್ಪಾಣಿ	12.31	15.07	13.78	13.99	11.00
89 ರಾಮದುರ್ಗ	37.32	48.56	67.81	69.77	82.63
90 ಸೂದತ್ತಿ	105.86	123.36	203.49	279.07	224.83
91 ಸಂಕೇಶ್ವರ	45.49	20.59	20.81	21.95	31.36
ಚಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	585.34	646.59	879.18	1102.47	1146.60
ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ					
92 ಹಳಿಯಾಳ	27.25	40.13	49.36	61.04	40.28
93 ಕುಮಟಾ	50.17	54.24	57.64	62.66	117.04
94 ಹೊನ್ನಾವರ	15.41	15.74	15.11	16.47	25.01
95 ಸಿದ್ದಾಪುರ	40.20	44.80	61.98	63.76	102.82
96 ಯಲ್ಲಾಪುರ	68.82	85.13	118.92	140.57	147.38
97 ಶಿಸಿ	134.25	161.01	205.09	200.69	271.95
98 ಮುಂಡಗೋಡ	11.47	10.99	27.27	29.02	24.08
99 ಕಾರವಾರ	7.88	5.04	5.47	4.96	5.56
ಚಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು	355.45	417.08	540.84	579.17	734.12

**2007–08 ರಿಂದ 2011–12ರ ವರೆಗೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಸ್ಥಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.**

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ಧಾರವಾಡ ಚಿಕ್ಕ.					
100 ಧಾರವಾಡ	167.05	147.34	169.82	220.49	257.68
101 ಅಣ್ಣಿಗೇರಿ	43.04	44.89	101.76	132.64	121.84
102 ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ	414.81	471.76	619.91	858.50	629.80
103 ಕಲಪಟ್ಟಿಗಿ	20.03	25.16	37.75	66.77	61.54
104 ಕುಂದಗೋಳ	9.59	9.37	11.88	26.44	23.54
ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	654.52	698.52	941.12	1304.84	1094.40
ಗದಗ ಚಿಕ್ಕ					
105 ಗದಗ	189.49	206.14	296.09	466.05	512.00
106 ರೊಣಿ	26.43	18.05	32.72	40.22	47.45
107 ನರಸುಂದ	99.77	110.86	157.80	203.39	242.01
108 ಮುಂಡರಿ	32.17	34.53	44.68	66.16	101.50
109 ಲಕ್ಕೆತ್ತರ	34.86	64.11	94.83	115.44	115.19
ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	382.72	433.69	626.12	891.26	1018.15
ಹಾವೇರಿ ಚಿಕ್ಕ					
110 ಹಾವೇರಿ	252.30	311.19	385.95	538.79	352.21
111 ಹಾನಗೋ	52.62	65.39	67.96	150.09	175.02
112 ಬ್ಯಾಡಗಿ	390.00	283.89	322.31	543.21	516.93
113 ಪಿರೇಕೆರೂರು	50.18	55.30	129.38	144.90	188.47
114 ಸವಣಾರು	20.37	24.26	49.48	97.13	77.97
115 ರಾಣೇಬೆನ್ನೂಡು	465.29	603.43	653.65	950.04	841.44
116 ಶಿಗ್ಗಾಂವ.	12.92	18.33	21.13	36.43	25.16
ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	1243.68	1361.79	1629.86	2460.59	2177.20
ವಿಜಾಪೂರ ಚಿಕ್ಕ.					
117 ವಿಜಾಪೂರ	241.14	265.52	307.39	486.40	537.58
118 ಸಿಂದಗಿ	31.79	32.12	26.43	36.95	53.72
119 ತಾಳೆಕೊಟೆ	53.20	43.69	68.57	146.06	113.83
120 ಇಂಡಿ					
ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	326.13	341.33	402.39	669.41	705.13
ಬಾಗಲಕೋಟಿ ಚಿಕ್ಕ					
121 ಬಾಗಲಕೋಟೆ	114.01	136.43	167.27	317.09	359.50
122 ಬಾದಾಮಿ	16.67	21.24	30.10	48.12	48.17
123 ಹಣಗುಂದ	12.98	12.98	16.10	20.08	20.42
124 ಜಮಲಂಡಿ	17.96	21.89	23.08	26.02	21.02
125 ಮಹಾಲೀಂಗಪುರ	68.26	102.49	129.28	116.58	96.85
126 ಬೀಳಗಿ					
ಚಿಕ್ಕಿಯ ಒಟ್ಟು	229.88	295.03	365.83	527.89	545.96
ಮಿಥಾಗದ ಒಟ್ಟು	3777.72	4194.03	5385.34	7535.63	7421.56

**2007-08 ರಿಂದ 2011-12ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
ಶುಲ್ಕ ವಿವರಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ.**

(ರೂ.ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)

ಚಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರುಗಳು	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
ಗುಲಬಗಾರ ವಿಭಾಗ - ಬಳಾರಿ ಚಿಲ್ಲೆ					
127 ಬಳಾರಿ	545.10	591.39	464.33	668.68	672.43
128 ಹಗರಿಚೊಮ್ಮೆನಹಳ್ಳಿ	55.00	56.69	80.53	100.02	110.08
129 ಹೂವಿನಹಡಗಳಿ	31.53	41.04	52.34	56.27	102.69
130 ಹೊಸಪೇಟೆ	68.11	112.76	123.07	138.83	166.48
131 ಕೊಟ್ಟುರು	92.75	82.98	149.03	233.12	250.83
132 ಸಿರುಗುಪ್ಪ.	455.96	725.38	528.37	406.33	394.89
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	1248.45	1610.24	1397.67	1603.25	1697.40
ಬೀದರ ಚಿಲ್ಲೆ.					
133 ಬೀದರ	283.07	240.81	215.32	341.72	367.87
134 ಬಸವಕಲ್ಲಾಣ	30.87	33.97	31.83	37.40	34.43
135 ಹುಮನಾಬಾದ	10.63	15.58	16.50	20.63	20.06
136 ಜಿರಾದ	14.69	14.03	11.26	20.65	16.89
137 ಭಾಲ್ಯಿ	55.48	41.47	33.65	69.71	90.03
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	394.74	345.86	308.56	490.11	529.28
ಗುಲಬಗಾರ ಚಿಲ್ಲೆ.					
138 ಗುಲಬಗಾರ	722.04	817.97	847.90	1033.72	1181.40
139 ಚಿತ್ತಾಪುರ	91.71	83.72	92.45	102.61	116.76
140 ಚಿಂಚೋಳಿ	1.18	1.21	6.05	6.58	10.44
141 ಸೇಡಂ	165.04	153.00	143.71	200.08	220.06
142 ಜೆವಗ್ರಿ					
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	979.97	1055.90	1090.11	1342.99	1528.66
ಯಾದಗೀರ ಚಿಲ್ಲೆ					
143 ಯಾದಗೀರ	194.67	221.09	210.16	352.35	344.81
144 ಶಾಹಪುರ	50.23	41.61	30.93	55.76	44.76
145 ಸುರಪುರ	186.74	236.32	173.52	274.07	234.35
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	431.64	499.02	414.61	682.18	623.92
ರಾಯಚೌರು ಚಿಲ್ಲೆ					
146 ರಾಯಚೌರು	1069.22	1089.28	1178.60	1566.97	909.97
147 ಮಾನ್ಯಾ	160.04	240.19	196.10	160.37	175.88
148 ಲಿಂಗನ್ಹಾರು	70.99	82.61	94.45	117.50	110.66
149 ದೇವದುರ್ಗ					
150 ಸಿಂಧನಾರು	459.05	570.92	494.41	635.07	737.66
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	1759.30	1983.00	1963.56	2479.91	1934.17
ಕೊಪ್ಪಳ ಚಿಲ್ಲೆ.					
151 ಕೊಪ್ಪಳ	100.21	100.28	113.62	269.52	292.80
152 ಗಂಗಾವತೀ	856.46	1333.86	1405.13	1045.34	869.39
153 ಕುಪ್ಪಣಿ	35.53	41.41	45.17	64.86	95.77
154 ಯಲಬುಗಾರ	10.69	13.04	21.77	27.64	36.99
155 ಕಾರಂಗಿ				294.51	678.17
ಚಿಲ್ಲೆಯು ಒಟ್ಟು	1002.89	1488.59	1585.69	1701.87	1973.12
ವಿಭಾಗದ ಒಟ್ಟು	5816.99	6982.61	6760.20	8300.31	8286.55
ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು	17744.09	20344.58	24350.49	30328.64	31424.31

ಅನುಬಂಧ VII

ವಿದ್ಯಾನಾನ ಟೆಂಡರ್ ಪಡ್ಡತಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ವಿವರಗಳು.		
ಕ್ರಿಯೆ	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರು	ಇ-ಟೆಂಡರ್‌ಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದ ಉತ್ತರಣಾಗಳು
1	ವಿಜಾಮಾರ	ತೊಗರಿ, ಜೋಳ, ಕಡಲೆ, ಹತ್ತಿ.
2	ಗಂಗಾವತಿ	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ, ಸಜ್ಜೆ, ನವಣೆ.
3	ತುಮಕೂರು	ಅಡಿಕೆ, ಶೇಂಗಾ, ಹುಣಸೇವಣ್ಣು ಮತ್ತು ಸೀಗೆಕಾಯಿ.
4	ಯಾದಗಿರೆ	ಶೇಂಗಾ, ತೊಗರಿ, ಕಡಲೆ, ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಮತ್ತು ಹೆಸರು.
5	ಬ್ಯಾಡಿಗಿ	ಒಣಮೆಣಿಸಿನಕಾಯಿ.
6	ಬಾಗಲಕೋಟೆ	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ, ಶೇಂಗಾ, ಹೆಸರು.
7	ಶೀಸಿರ್	ಅಡಿಕೆ
8	ಹುಣ್ಣು	ಹತ್ತಿ, ಅಹಾರಧಾನ್ಯಗಳು.
9	ಬಳ್ಳಾರಿ	ಹತ್ತಿ.
10	ಶಿವಮೋಗ್ಗ	ಅಡಿಕೆ, ಹತ್ತಿ, ಒಣಮೆಣಿಸಿನಕಾಯಿ.
11	ಸಾಗರ	ಅಡಿಕೆ, ಕಾಳುಮೊಸು.
12	ಹಾವೆರಿ	ಹತ್ತಿ.
13	ಗುಲಬುಗ್ಗಾರ್	ತೊಗರಿ ಮತ್ತು ಹೆಸರು.
14	ಕೆಂಟಿಗ್ಗಿರು	ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ.
15	ಕುಮಟಾ	ಅಡಿಕೆ.
16	ರಾಣೇಭೇನ್ಮಾರು	ಹತ್ತಿ, ಶೇಂಗಾ.
17	ಚಿತ್ರದುಗ್ಗೆ.	ಕಡಲೆ, ಹೆಸರು, ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ, ಜೋಳ.
18	ಬ್ಯೂಲಮೋಂಗಲ	ಹತ್ತಿ, ಶೇಂಗಾ.
19	ಸವದಾತಿ.	ಹತ್ತಿ, ಶೇಂಗಾ.
20	ಭೀಮಸಮುದ್ರ(ಚಿತ್ರದುಗ್ಗೆ)	ಅಡಿಕೆ.
21	ಹೊಸದುಗ್ಗೆ	ಹುರುಳಿ, ಎಳ್ಳು, ನವಣೆ.
22	ಸುರಪುರ.	ಹತ್ತಿ, ಹೆಸರು, ಶೇಂಗಾ, ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ, ತೊಗರಿ.
23	ಸಿದ್ದಾಪುರ	ಅಡಿಕೆ, ಕಾಳುಮೊಸು.
24	ಕೊಪ್ಪಳ	ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ, ಶೇಂಗಾ.
25	ಭದ್ರಾವತಿ.	ಅಡಿಕೆ.
26	ಚನ್ನಗಿರಿ.	ಅಡಿಕೆ.
27	ಚಳ್ಳಕೆರೆ.	ಜೋಳ, ಶೇಂಗಾ, ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ.
28	ಮಂಡ್ಣ	ಬೆಳ್ಳ.
29	ತಿಪಟಿಗಾರು	ಕೊಪ್ಪಳಿ.
30	ಅರಸಿಕೆರೆ	ತೆಗಿನಕಾಯಿ, ಚೊಬ್ಬಿರಿ, ಹತ್ತಿ, ಎಳ್ಳು.
31	ಧಾರವಾಡ	ಶೇಂಗಾ, ಹತ್ತಿ.
32	ಗಡಗ	ಶೇಂಗಾ, ಹೆಸರು, ಜೋಳ, ಗೂಡಿ.
33	ಬೀದರ್	ತೊಗರಿ, ಕಡಲೆ.
34	ರಾಮದುಗ್ಗೆ	ಶೇಂಗಾ, ಹತ್ತಿ.
35	ಯಲ್ಲಾಪುರ	ಅಡಿಕೆ, ಕಾಳುಮೊಸು.
36	ಶಹವಪುರ	ಹುರುಳಿ, ಹೆಸರು, ಶೇಂಗಾ.
37	ಲಕ್ಷ್ಮೀಪುರ.	ಶೇಂಗಾ.
38	ಸುಳ್ಳ.	ಅಡಿಕೆ.
39	ಮೈಸೂರು	11 ಉತ್ತರಣಾಗಳು (ಅಹಾರಧಾನ್ಯಗಳು, ಎಣ್ಣೆಕಾಳುಗಳು ಮುಂತಾದವುಗಳು).
40	ದಾವಣಗೆರೆ	ಶೇಂಗಾ, ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ, ಹತ್ತಿ.
41	ರಾಯಚೂರು	ಹತ್ತಿ, ಶೇಂಗಾ (10 ಉತ್ತರಣಾಗಳು)

ಸೇಡಂ, ಜೇವಿಫ್, ಸಿಂಧನಾರು ಮತ್ತು ಅಣ್ಣಿಗೆರೆ ಈ ನಾಲ್ಕು ಕೃಷಿ ಉತ್ತರಣಾಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲಾಗಿದ್ದು. ಇದುವರೆಗೆ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನಾಗಿ ರೂಪ್ತಿರುವುದಿಲ್ಲ.

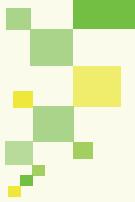
ಅನುಬಂಧ VIII

**30ನೇ ಏಪ್ರೀಲ್, 2013ರಲ್ಲಿ ಇದ್ದಂತೆ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ
ಸಜ್ಜಗೊಳಿಸಲಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು.**

ಕ್ರಮಂ	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಹೆಸರು	ಜಾಲನೆಯಾದ ದಿನಾಂಕ.
1	ಗುಲಬಗಾರ,	20ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್, 2011
2	ತಿಪಟ್ಟೊರು	22ನೇ ಜಾನ್ವರ್, 2012
3	ತುಮಕೂರು	23ನೇ ಜುಲೈ, 2012.
4	ವಿಜಾಪೂರ	8ನೇ ಆಗಸ್ಟ್, 2012
5	ಅರಸೀಕರೆ	14ನೇ ಆಗಸ್ಟ್, 2012
6	ಬಾಗಲಕೋಟೆ	8ನೇ ಆಕ್ಟೋಬರ್, 2012
7	ಬಳ್ಳಾರಿ	10ನೇ ಆಕ್ಟೋಬರ್, 2012
8	ಯಾದಗೀರ	12ನೇ ಆಕ್ಟೋಬರ್, 2012
9	ಹಾವೇರಿ	22ನೇ ಆಕ್ಟೋಬರ್, 2012
10	ಚಳ್ಳಕರೆ	13ನೇ ನವೆಂಬರ್, 2012
11	ಗಡಗ	19ನೇ ನವೆಂಬರ್, 2012
12	ಚಿತ್ರದುರ್ಗ	7ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್, 2012
13	ಹುಟ್ಟಿ -ಅಮರಸೌಳ	27ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್, 2012
14	ಮೈಸೂರು	27ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್, 2012
15	ರಾಯಚೂರು	31ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್, 2012
16	ಧಾರವಾಡ	1ನೇ ಫೆಬ್ರುವರಿ, 2013
17	ಶೀವಮೊಗ್ಗ	22ನೇ ಫೆಬ್ರುವರಿ, 2013
18	ಬೃಲಹೊಂಗಲ	9ನೇ ಮಾರ್ಚ್, 2013
19	ಭಡ್ರಾವತಿ	16ನೇ ಮಾರ್ಚ್, 2013
20	ಯಲ್ಲಾಪುರ	16ನೇ ಮಾರ್ಚ್, 2013
21	ಕೊಪ್ಪಳ	19ನೇ ಮಾರ್ಚ್, 2013
22	ಸಾಗರ	8ನೇ ಏಪ್ರೀಲ್, 2013.

ಅನುಬಂಧ IX

ಎಲ್ಲಾ ಪಕ್ಷ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ ಹರಾಯಿ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು				
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೆಸರು	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಕಿ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಕಿ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗೆಳಲ್ಲಿ)
ಅರಸೀಕರೆ	ತಂಗಿನಕಾಯಿ	10540412	10401672	699.18
	ಕೊಬ್ಬರಿ	76540.01	63182.29	3179.81
	ಹತ್ತಿ	127.18	118.14	5.20
	ಎಳ್ಳು	304.14	304.14	21.91
ಜ್ಯೇಂಧ್ರಾಂಗಲ	ಹತ್ತಿ ಬಿನ್ನು	2436	2350	109.26
	ಹತ್ತಿ ದಿಸಿಹೆಚ್	36	36	1.66
ಭದ್ರಾವತಿ	ಅಡಿಕೆ	0.046	0	0.00
	ಬೆಂಕ್-2	6.75	6.75	0.56
	ಗೂರಬಲು	235.5	222.75	14.61
	ರಾಶಿ-ಇಡಿ	4608	3442.5	462.19
ಬಾಗಲಕೋಟಿ	ಅಲಸಂದೆ	103	79	3.71
	ಸಜ್ಜೆ	27442.65	20488.25	251.50
	ಕಡಲೆ	7987.75	5480	190.86
	ಹೆಸರು	241	135	6.47
	ಶೇಂಗಾ	7497.35	5576.85	197.43
	ಹುರುಳಿ	5	0	0.00
	ಜೋಳ	957	528	5.78
	ಹುಣ್ಣೆಳ್ಳು	10	0	0.00
	ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ	155775.04	100311.95	1326.44
	ಕುಸುಬೆ	18.4	0	0.00
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	39307.11	22078.4	777.71
	ಶೇಂಗರಿ	189	48	1.58
ವಿಜಾಪುರ	ಗೋಧಿ	73	12	0.17
	ಸಜ್ಜೆ	422	172.1	2.05
	ಕಡಲೆ	2741.6	2332.6	80.91
	ಹತ್ತಿ	317201.245	312142.74	12808.89
	ಜೋಳ	1	0	0.00
	ಮೆಕ್ಕೆಜೋಳ	929.6	836.2	10.73
	ಶೇಂಗರಿ	515.5	423	15.37
ಬಳ್ಳಾರಿ	ಗೋಧಿ	54.5	53.5	0.70
	ಸಜ್ಜೆ	76.5	66.5	0.93
	ಕಡಲೆ	1513.7	1463.6	50.79
ದತ್ತ	ಹತ್ತಿ	465.6	440.8	16.82



ಎನ್‌ಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ ಹರಾಯ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಸವಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಹೆಸರು	ಉತ್ಸವದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
ಜಿತ್ರದುರ್ಗ	ಶೇಂಗಾ	9320.9	8583.5	393.39
	ಜೋಳ	224.1	215.6	2.86
	ಮೆಕ್ಕಿಜೋಳ	8922	8479.5	112.61
	ನವಹಳ್ಳಿ	38.1	36.6	0.54
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	126.1	96.5	3.24
	ತೊಗರಿ	1354.4	1298.4	47.42
ಚಳ್ಳಕರೆ	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	4523	2094.5	74.22
ಗದಗ	ಕಡಲೆ	1334.1	1169.4	42.65
	ಅವರೆಕಾಳು(ಬುಲ್ಲರ್)	5.4	4.8	0.21
	ಹತ್ತಿ	53525.2	51392	2208.79
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	6101.25	5673.3	189.55
ಧಾರವಾಡ	ಹತ್ತಿ	2582	2576	111.88
ಗುಲಬಗಾವ	ಶೇಂಗಾ	21348.2	20185.9	849.23
	ಹಸುಬೆ	4587.8	4338	147.87
	ಎಳ್ಳು	1.5	0	0.00
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	34290.766	30829.8	1042.25
ಕೃಷ್ಣಾ	ಸಜ್ಜೆ	8713	0	0.00
	ಜೆನ್ನುಂತಿ	174968.7273	138754.3	5704.87
	ಹೆಸರು	6731.25	0	0.00
	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	41	0	0.00
	ಹೈಲ್ರೋ ಜೋಳ	6	0	0.00
	ಬೆಲ್ಲ	22	0	0.00
	ಜೋಳ	2565	13	0.13
	ಮೆಕ್ಕಿಜೋಳ	233	0	0.00
	ಮಡಿಕೆ (ಮಟಕಿ)	545.2	0	0.00
	ಭತ್ತು	132	0	0.00
	ಅಡ್ಡ-ಒಡೆದ	239.75	0	0.00
	ಅಡ್ಡ-ಕೋಸ್	130	0	0.00
	ಅಡ್ಡ-ಲಂತುಮ	12078.75	137	1.23
	ಹಸುಬೆ	1385	0	0.00
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	11529.3	0	0.00
	ಎಳ್ಳು-ಬಿಳಿ	1362	0	0.00
	ತೊಗರಿ	1474130.224	1068861.9	42269.24
	ತೊಗರಿ ಚೆಳೆ	504.25	0	0.00
	ಉದ್ದ	9522	0	0.00
	ಬನ್ನಿ ಗೋದಿ	397.5	0	0.00
	ಶರಭತಿ ಗೋದಿ	1	0	0.00

ಎನ್‌ಪಕ ವಿದ್ಯುತ್ ನಾನ್ ಹರಾಯ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಸವಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಹೆಸರು	ಉತ್ಸವದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
ಮುಖ್ಯಾ	ಎಕೆ-ಕಡಲೆ	8855.05	7309	251.17
	ಎಕೆ-ಲಾದ್ದು	43	20	0.46
	ಎಕೆ-ಹೆಸರು	11	10	0.49
	ಎಕೆ-ಮರುಳೆ	3	3	0.06
	ಎಕೆ-ಜೋಳ	1629	1204	16.28
	ಎಕೆ-ಲೋಬಾ	39.5	27.5	1.15
	ಎಕೆ-ಮದಿಕೆ(ಮಟಕೆ)	12	0	0.00
	ಎಕೆ-ಮುಕ್ಕೆಜೋಳ	1615.15	1240	16.75
	ಎಕೆ-ರಾಗಿ	20	0	0.00
	ಎಕೆ-ಕುಸುಬೆ	53	45	1.44
	ಎಕೆ-ಸಾವೆ	24	0	0.00
	ಎಕೆ-ಸೊಯಾಬಿನ್	3065.85	2737	85.91
	ಎಕೆ-ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	200.9	106	3.36
	ಎಕೆ-ತೊಗರಿ	75	47	1.16
	ಎಕೆ-ಗೊಧಿ	629.36	422.5	8.08
	ಹತ್ತಿ-ಜಯಧರ	46.5	36	1.72
	ಹತ್ತಿ	13436.13	12226.45	538.44
ಹಾವೇರಿ	ಒಣಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ	2.8	0	0.00
	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	1588.43	1057.6	44.70
ಹೊಪ್ಪಳ	ಹತ್ತಿ	154857.192	148601.8	6165.57
ಮೃಸೂರು	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	1516.2	1497	65.26
	ಕಡಲೆ	116	0	0.00
	ಲಾದ್ದು	5.5	0	0.00
	ಅವರೆಕಾಳು(ಬುಲ್ಲರ್)	754	0	0.00
	ಹರಳಬೀಜ	86.5	9	0.30
	ಕೊತ್ತಂಬರಿ	9.6	0	0.00
	ಅಲಸಂದೆ	3812	0	0.00
	ಒಣಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ	13.16	6.5	0.03
	ಹೆಸರು	260.5	0	0.00
	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	450.25	0	0.00
	ಹೊಗೆಬೀಜಗಳು	1436.03	297.5	5.24
	ಹರುಳೆ	6319.5	0	0.00
	ಜೋಳ	200.36	14.5	0.21
	ಕಂಬು	100	0	0.00
	ಮುಕ್ಕೆಜೋಳ	12909.48	2184.6	28.19
	ನವಹಳೆ	561	0	0.00
	ಹುಣ್ಣೆಫ್ಫು	4	1	0.04
	ಭಕ್ತ	7433.94	4520.7	66.20
	ರಾಗಿ	1170.98	538.6	10.47

ಎನ್‌ಪಿಕೆ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ್ ಹರಾಯ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಹೆಸರು	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಷಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಷಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗೀಳಲ್ಲಿ)
ರಾಯಚೂರು	ಸೀಗೆಕಾಯಿ	294	0	0.00
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	90.5	0	0.00
	ಹುಣಸೇಹಣ್ಣು	5160.4	0	0.00
	ಹುಣಸೇಬೀಜ	9321.07	2456.5	28.92
	ಎಳ್ಳುಬೀಜ.	38	0	0.00
	ತೊಗರಿ	68.5	0	0.00
	ಸಜ್ಜೆ	16	16	0.19
	ಕಡಲೆ	2533	2533	87.90
	ಹರಳು ಬೀಜ	11	11	0.28
	ಹೆಸರು	2	2	0.07
	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	152683.3	147397.6	5994.03
	ಹುರಳಿ	2	2	0.03
	ಜೋಳ-ಹೈಬ್ರಿಡ್	857	857	10.79
	ಜೋಳ-ಬಿಳಿ	4034.2	4034.2	65.82
	ಭತ್ತ-ರಾಜವಂಸ	64	64	0.61
	ಭತ್ತ-ಸೋನಾಮಸೂರಿ	600	600	9.85
	ಭತ್ತ-ಸುಜಾತಾ ಬಿಟ್ಟಿ	54	54	0.63
	ಹಸುಬೆ	14	14	0.42
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	13784.95	12128.55	381.99
	ತೊಗರಿ	208.5	0	0.00
	ತೊಗರಿ-ಕಪ್ಪು	56	56	1.75
	ತೊಗರಿ-ಕೆಂಪು	1605	1605	70.86
	ತೊಗರಿ-ಬಿಳಿ	72	72	2.72
ಸೂಗರ್	ಅಡಿಕೆ-ರಾಶಿ	10.5	0	0.00
ಶೀವಮೊಗ್ಗ	ಅಡಿಕೆ-ಇಡಿ	42	34.3	3.06
	ಅಡಿಕೆ-ಅಪಿ.	275.1	266.7	32.96
	ಬೆಣ್ಣೆ-ಇಡಿ.	102.2	4.2	0.18
	ಅಡಿಕೆ-ಬಿಳಿಗೋಟೆ	21.7	18.9	1.74
	ಅಡಿಕೆ-ಬೆಣ್ಣೆ	27523.615	23022.609	3197.62
	ಅಡಿಕೆ-ಬೆಣ್ಣೆಗೋಟೆ	2.1	2.1	0.15
	ಮಟ್ಟೆ-ಬೆಣ್ಣೆ (ಮಧ್ಯಮ)	32.2	11.9	1.32
	ಚಾಲಿ ಇಡಿ	15.4	15.4	1.38
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ	126	119.7	9.94
	ಚೂರು	112	85.4	4.51
	ಧೂಳು (ಡಸ್)	44.1	27.3	0.32

ಎನ್‌ಪಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ ಹರಾಯ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಹೆಸರು	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಕಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗೆಳಲ್ಲಿ)
ತುಮಕೂರು	ಇಡಿ	12810	12044.9	1594.46
	ಗೊರಬಲು-ಇಡಿ	1036	800.1	68.67
	ಗೊರಬಲು	18925.226	15439.226	1290.74
	ಗೊರಬಲು ಬೆಟ್ಟೆ	387.8	247.1	21.02
	ಹಸಾ	3457.3	3034.5	527.56
	ಹಸಾಬೆಟ್ಟೆ	18.9	0	0.00
	ಹಂಡ ಇಡಿ	1334.9	1047.9	82.13
	ಹಂಡ ಗೊರಬಲು	172.9	150.5	10.91
	ಕೋಳೆ-ಬೆಟ್ಟೆ	40.6	37.8	2.28
	ಕೋಳೆ-ಇಡಿ	1007.3	851.9	65.00
	ಕೋಳೆ-ಗೊರಬಲು	173.6	137.9	9.79
	ಕೋಳೆ-ಮಟ್ಟೆ	4.9	0	0.00
	ಕೋಳೆ	102.9	101.5	9.64
	ಕೋಳೆ-ರಾಶಿ	62.3	0	0.00
	ಕೋಳೆ-ಸರಕು	141.4	141.4	9.22
	ಮಟ್ಟೆ-ಬೆಟ್ಟೆ	781.2	590.8	47.50
	ಮಟ್ಟೆ-ಇಡಿ	1869.42	1535.52	111.46
	ಮಟ್ಟೆ-ಗೊರಬಲು	31.5	31.5	1.74
	ಮಿನಿ	37.8	31.5	1.94
	ಮಟ್ಟೆ-ಸರಕು	0.7	0.7	0.08
	ನೂಲಿ-ಇಡಿ	43.4	43.4	3.51
	ನೂಲಿ	211.4	211.4	15.21
	ರಾಶಿ	10386.101	7219.1	936.33
	ರಾಶಿ-ಇಡೀ	38832.515	33336.815	4449.64
	ಸಗಟು	6365.1	5904.5	720.55
	ಸರಕು	10924.2	9543.1	1788.92
ತುಮಕೂರು	ಅಡಿಕೆ-ಅಪಿ	23.98	23.63	2.02
	ಅಡಿಕೆ-ಚೂರು	1046.305	769.03	71.24
	ಅಡಿಕೆ-ರಾಶಿ	3389.996	3005.44	236.38
	ಶೇಂಗಾ(ನೆಲಗಡಲೆ)	181.7	0	0.00
	ಸಿಗೆಕಾಯಿ	4913.8	3792.47	113.33
	ಹುಣಸೆ-ಚೋಟು	17204.975	14948.05	171.91
	ಹುಣಸೆ-ಮೊ	10973.8	9106	208.51
	ಹುಣಸೆ-ಕರಮಳ	32918.358	21038.04	1055.79

ಎನ್‌ಪಿಕ ವಿದ್ಯುನ್‌ನಾನ ಹರಾಯ ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟಿ ಹೆಸರು	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ಕಿ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ಕಿ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗೆಳಲ್ಲಿ)
ತಿಪಟೊರು	ಕೆಂಬ್ರಿ	517072.93	479566.18	24381.34
ಯಾದೀರ	ಕಡಲೆ	16451.55	15819.55	560.29
	ಲುದ್ದು	925	690	20.59
	ಎಳ್ಳು	21	1	0.06
	ಶೇಂಗಾ(ಸೆಲಗಡಲೆ)	254368.98	238325.6	10476.82
	ಲೋಬಾ	53	11	0.13
	ಮುಡಿಕೆ(ಮಟಕಿ)	13151.0001	12739	639.87
	ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ	7178.95	6954.35	242.66
	ತೊಗರಿ	588	456	17.14
	ತೊಗರಿ-ಕಪ್ಪು	416.25	398.25	14.53
	ತೊಗರಿ-ಕೆಂಪು	96894.1	94976	3669.70
	ತೊಗರಿ-ಬಿಳಿ	18869	18081.5	742.60
ಯಲ್ಲಾಪುರ	ಅಪಿ	4	4	0.65
	ಅಜಗಾಯಿ	26	25.5	2.96
	ಅರಿಗರೆ	1	1	0.08
	ಅಡಿಕೆ-ಬೆಟ್ಟೆ	274.5	246.5	30.89
	ಅಡಿಕೆ-ರಾತಿ	45.5	31	4.37
	ಅಡಿಕೆ-ಬಿಳಿಗೋಟು	137	133.5	11.41
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ	347.5	335.5	39.70
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ ಚೂರು	6.5	5.5	0.42
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ ಗುಂಡು	5	5	0.54
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ ಹೆಳೇದು	3.5	3.5	0.45
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ ಹೊಸದು	34.5	34.5	4.62
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾಲಿ ಸಕೆಂಡ್	101.5	99	9.54
	ಅಡಿಕೆ-ಚಿಕಣಿ	1	0.5	0.06
	ಅಡಿಕೆ-ಚಾರು	2.5	2.5	0.25
	ಕಳವಾರ	33	32	2.74
	ಅಡಿಕೆ-ಕೆಂಪುಬೆಟ್ಟೆ	21.5	17.5	1.87
	ಅಡಿಕೆ-ಕೆಂಪು ಗೋಟು	151.5	143.5	13.81
	ಅಡಿಕೆ-ಕೆಟ್ಟೆ ಬೆಟ್ಟೆ	55.5	54	6.22
	ಅಡಿಕೆ-ಕೊಕಾ	86	80.5	5.80
	ಅಡಿಕೆ-ಕೊಳೆ	95	90.5	7.92
	ಅಡಿಕೆ-ಕೊಳೆಮುರಿ	2	2	0.23

ಎಲ್ಲಾ ವರ್ತಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೆಸರು	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಆವಕ (ಕ್ರಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ರಿಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗೀಳಲ್ಲಿ)
ಅಡಿಕೆ-ಮುರಿ		128.5	121	13.59
ಕಾಬುಮೊಸು		24.5	23	6.76
ಅಡಿಕೆ-ರಾಶಿ		459	424	61.28
ಅಡಿಕೆ-ರಾಶಿ ಹಳೆ		4.5	4.5	0.58
ಅಡಿಕೆ-ರಾಶಿ ಹೊಸ		0.5	0.5	0.07
ಅಡಿಕೆ-ಶಿಗೇರ ಬೆಂಡೆ		14	14	1.97
ಒಟ್ಟು		14592886.86	13683535.32	145290.06

ಅನುಬಂಧ X

ಸಮಿತಿಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಕ್ಷೇತ್ರ ಭೇಟಿಗಳ ತಃಖ್ಯಾತಿ	
ದಿನಾಂಕ	ಸಭೆ ಜರುಗಿದ (ಸ್ಥಳಗಳು)
2ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಪೂರ್ವಭಾವಿ ಸಭೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
9ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ವಿಷಯಗಳ ಮಂಡನೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
15ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ವಿಷಯ ಮಂಡನೆ ಹಾಗೂ ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಚರ್ಚೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
18ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಭಾಗೀದಾರರ (ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಪತ್ತಿನ ಸಂಖಾರ/ಶಾಲ್ಮಳಕು ಕೃಷಿ ಉದ್ದೇಶ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಖಾರ) ಸಭೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
19ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಕರಡು ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಚರ್ಚೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
24ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಕ್ಷೇತ್ರ ಭೇಟಿ ಮತ್ತು ಭಾಗೀದಾರರ ಸಭೆ (ತಿಪಟ್ಟಾರು, ಗುಜ್ಜಿ ಮತ್ತು ತುಮಕೂರು).
29ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಎನ್.ಸಿ.ಡಿ.ಇ.ಎಕ್ಸ್.ನಲ್ಲಿ ಸಭೆ (ಮುಂಬಯಿ).
30ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್, 2013	ಕರಡು ಶಿಫಾರಸ್ನಗಳ- ವಿಷಯ ಮಂಡನೆ (ಬೆಂಗಳೂರು).
2ನೇ ಮೇ, 2013	ಭಾಗೀದಾರರ ಕಾರ್ಯಾಗಾರ-ಐಬಿಎಂಬಿ(ಬೆಂಗಳೂರು).
7ನೇ ಮೇ, 2013	ಕ್ಷೇತ್ರ ಸಂದರ್ಭನ ಮತ್ತು ಭಾಗೀದಾರರ ಸಭೆ (ರಾಜೇಂದ್ರನಗರ್, ದಾವಣಗೆರೆ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರದುರ್ಗ).

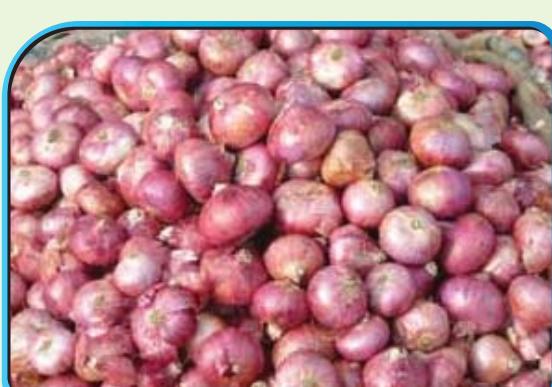
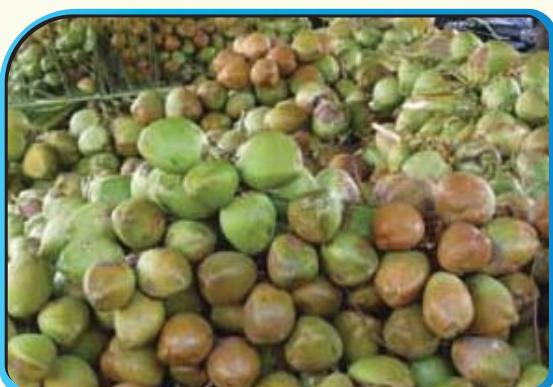
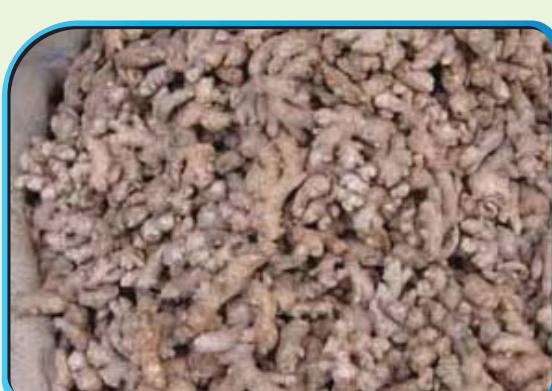
ಮೋಟ್‌ಮೋಗಳು



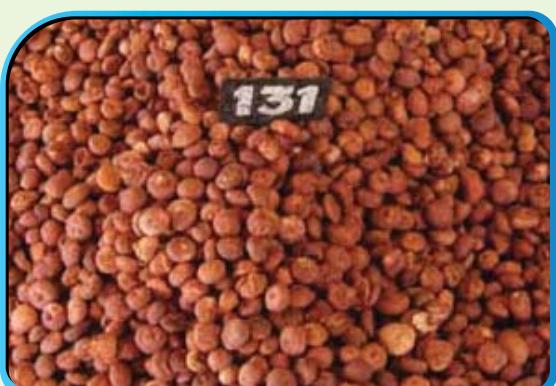
ಮೊಣಮೊಗಳು



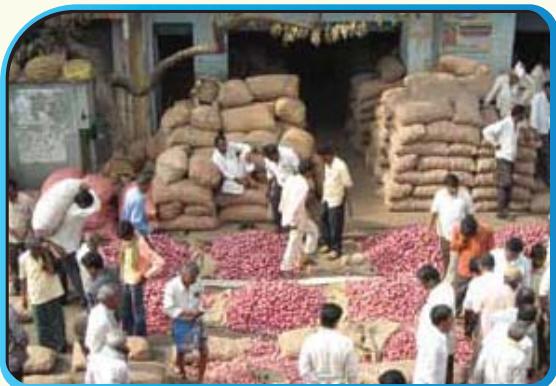
ಮೊಣಮೊಗಳು



ಮೋಣಮೋಗಳು



ಮೋಣ್ಮೋಗಳು





ಹಿಕ್ಕಾರ ಇಲಾಖೆ
ಕನಾಡಾಕ ನಕಾರ