

धन्यवाद ज्ञापन

लेखक सह्याद्री फार्मर्स प्रोड्यूसर कंपनी लिमिटेड (एसएफपीसीएल) की सफलता की कहानी के इस दस्तावेज को लेने का अवसर प्रदान करने के लिए महाविद्यालय सलाहकार समिति के आभारी हैं।

मैं श्रीमती मधुमिता सरकार देब, प्रधानाचार्य और डॉ. एस. सुब्बैया, कॉलेज के अकादमिक समन्वयक, द्वारा प्रदान किए गए प्रोत्साहन और प्रतिक्रिया के लिए ईमानदारी से धन्यवाद कहना चाहता हूं जिन्होंने इस रिपोर्ट में योगदान दिया है।

मैं एसएफपीसीएल के अध्यक्ष, श्री विलास शिंदे का उनके समर्थन के लिए आभार व्यक्त करना चाहता हूं, जिन्होंने कंपनी परिसर में अप्रतिबंधित पहुंच की अनुमति दी और व्यक्तिगत रूप से हमारे साथ सह्याद्री कहानी साझा की।

लेखक एसएफपीसीएल की पूरी टीम के लिए अपनी प्रशंसा दर्ज करना चाहते हैं, जिसमें श्री सचिन वालुंज, श्री तुषार जगताप, श्री संतोष वटपड़े, श्री तुषार भालेराव, श्री राहुल चंद्रत्रे, श्री पंकज नाठे, श्री धनजय गवले और अन्य, कंपनी के कामकाज की जानकारी देने और हमारी यात्राओं और बैठकों के समन्वय के लिए श्री प्रीतीश कारे और श्री सुरेश शामिल हैं।

अंत में, मैं सभी किसानों, एसएफपीसीएल के पदाधिकारियों और अन्य उत्तरदाताओं को साक्षात्कार और चर्चा में भाग लेने और इस सफलता की कहानी के सफल प्रलेखन के लिए बहुमूल्य जानकारी प्रस्तुत करने के लिए धन्यवाद देता हूं।

विषयसूची

क्रमांक	विवरण	पृष्ठ
	<i>धन्यवाद ज्ञापन</i>	3
	सामग्री	4
भाग I	पृष्ठभूमि, उद्देश्य और कार्यप्रणाली	6
भाग II	किसान उत्पादक संगठन की अवधारणा	9
भाग III	सहाद्री फार्मर्स प्रोड्यूसर कंपनी लिमिटेड (एसएफपीसीएल): अब तक की यात्रा	12
भाग IV	सहाद्री फार्मर्स प्रोड्यूसर कंपनी लिमिटेड (एसएफपीसीएल): सफलता की मुख्य सामग्री	20
4.1	मिशन, विजन, प्रेरणा और नेतृत्व	20
4.2	मूल्य श्रृंखला दृष्टिकोण	21
4.2.1	बैकवर्ड लिंकेज	21
4.2.2	फॉरवर्ड लिंकेज	27
4.3	सामाजिक अभिविन्यास/ग्रामीण विकास का चालक	32
4.4	बैंक वित्त और एसएफपीसीएल	34
4.5	सामाजिक पूंजी: किसानों का संगठन, किसानों द्वारा और किसानों के लिए	34
भाग V	एसएफपीसीएल की भविष्य की विकास योजनाएं	35
भाग VI	निष्कर्ष	37
	संदर्भ	42
अनुलग्नक I	एसएफपीसीएल के लिए प्रश्नावली	43
अनुलग्नक II	एसएफपीसीएल उत्पाद: ताजे फल और सब्जियां	46
अनुलग्नक III	एसएफपीसीएल उत्पाद: फलों और सब्जियों की आईक्यूएफ रेंज	47
अनुलग्नक IV	सहाद्री खुदरा स्टोर	48
अनुलग्नक V	एसएफपीसीएल अवसंरचना	49
अनुलग्नक VI	उत्पादक संगठन की विशेषताएं	50
अनुलग्नक VII	वैश्विक फसल के रूप में अंगूर	53

"बाकी सब कुछ इंतजार कर सकता है, लेकिन कृषि नहीं।"

जवाहर लाल नेहरू

मेहनती किसान को कभी भी यह नहीं लगना चाहिए कि वह अकेला है। हम सब भारत के किसानों के लिए एक बेहतर कल बनाने में एक साथ हैं।"

नरेंद्र मोदी

"हमारी अर्थव्यवस्था में किसान ही एकमात्र ऐसा व्यक्ति है जो खुदरा में सब कुछ खरीदता है, थोक में सब कुछ बेचता है, और भाड़ा दोनों तरफ का चुकाता है।"

जॉन एफ़ कैनेडी

"अगर कृषि खराब हो जाती है, तो देश में किसी और को सही होने का मौका नहीं मिलेगा।"

एम. एस. स्वामीनाथन

"भारत को अच्छा स्थान ग्रामीण लोगों के ज्ञान और अपने पेशेवरों के कौशल के बीच साझेदारी से मिलेगा "

डॉ वर्गीज कुरियन

1.1 पृष्ठभूमि

अक्टूबर 2018 में जारी 10वीं कृषि जनगणना 2015-16 के अनुसार, भारत में 14.6 करोड़ से अधिक कृषि जोत हैं और इसमें से, लघु और सीमांत कृषि जोत (एसएमएफ) कुल कृषि जोत का 12.6 करोड़ या 86.2 प्रतिशत की बड़ी मात्रा में है। कुल मिलाकर सभी भारतीय किसानों के लिए, 2015-16 में औसत भूमि जोत का आकार घटकर 1.08 हेक्टेयर हो गया जो कि 2011-12 में 1.15 हेक्टेयर था। 12.6 करोड़ एसएमएफ के पास कुल मिलाकर लगभग 74.4 मिलियन हेक्टेयर भूमि है, जिसका अर्थ है कि प्रत्येक के हिसाब से औसत एसएमएफ होल्डिंग सिर्फ 0.6 हेक्टेयर है। यह स्पष्ट रूप से अपने परिवारों को आर्थिक रूप से बनाए रखने के लिए पर्याप्त अधिशेष का उत्पादन करने के लिए पर्याप्त नहीं है, जो आंशिक रूप से कृषि क्षेत्र में बढ़ते संकट की व्याख्या करता है।

छोटे खेतों की बढ़ती संख्या और परिचालन जोत के औसत आकार में गिरावट महत्वपूर्ण उत्पादन संसाधनों तक पहुंच में चुनौतियों का कारण बनती है। छोटे और सीमांत किसानों के सामने आने वाली अधिकांश समस्याओं के केंद्र में उनकी सीमित सौदेबाजी की शक्ति और बड़े किसानों की तुलना में बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं से लाभ उठाने में असमर्थता है। छोटे धारकों के लिए दुनिया भर में आजमाए गए कई दृष्टिकोणों में से, समूह दृष्टिकोण उनकी सौदेबाजी की शक्ति को बढ़ाने और किसी भी व्यक्तिगत दृष्टिकोण की तुलना में उत्पादन प्रक्रिया को बढ़ाने में अधिक प्रभावी साबित हुआ है।

छोटे और सीमांत किसानों के सामने आने वाली इन चुनौतियों को दूर करने के लिए किसानों को उत्पादक संगठनों (पीओ) में एकत्रित करना बेहतर तरीकों में से एक माना जाता है। इनपुट और आउटपुट और सामूहिक प्रसंस्करण और विपणन दोनों के लिए अपने संस्थानों (उत्पादक कंपनियों / सहकारी समितियों) के माध्यम से किसानों को सीधे बाजार में एकीकृत करने में इस दृष्टिकोण को सहायक माना जाता है, जबकि उत्पादन बड़े पैमाने पर व्यक्तिगत छोटे किसानों के लिए छोड़ दिया जाता है। लेकिन कई कारकों के कारण छोटे किसान उत्पादकों को एकीकृत करना अक्सर चुनौतीपूर्ण होता है जैसे (i) छोटे किसान एक समरूप समूह नहीं होते हैं और उनमें से अधिकांश में उद्यमिता संकाय की कमी होती है (ii) बिखरे हुए स्थान जिससे पैकेजिंग, भंडारण और एकीकरण जैसी लोजिस्टिक और उन्हें सामूहिक रूप से व्यवस्थित करने की समस्याएं पैदा होती हैं। (iii) कम मात्रा में उत्पादन और प्राथमिक प्रसंस्करण और मूल्यवर्धन के अभाव में खराब सौदेबाजी की शक्ति।

भारत में किसान सहकारी समितियाँ काफी समय से अस्तित्व में हैं लेकिन सहकारी समितियों के मॉडल ने, कुछ कारणों से, केवल दूध और गन्ने के मामले में अच्छा काम किया है। पिछले कुछ वर्षों के दौरान, विभिन्न

उद्यमियों, सरकार और अन्य हितधारकों द्वारा विशिष्ट सहकारी समितियों से अलग तरीके से 'सामूहिक' की शक्ति का लाभ लेने के लिए कई पहलों की गई हैं।

किसान उत्पादक कंपनियों (एफपीसी), किसान उत्पादक सहकारी समितियों और किसान उत्पादक समितियों आदि जैसे किसान उत्पादक संगठनों (एफपीओ) के विभिन्न रूपों में उन्हें एकत्रित करने वाले छोटे और सीमांत किसानों के लिए एक सक्षम वातावरण को बढ़ावा देने, पोषण करने और निर्माण करने में एक बढ़ती हुई नीतिगत रुचि देखी गई है। परिणामस्वरूप, लघु किसानों के कृषि व्यवसाय संघ (एसएफएसी), नाबार्ड, राज्य सरकारों और अन्य संगठनों, ट्रस्टों और कॉर्पोरेट फाउंडेशन की विभिन्न पहलों के तहत, वर्तमान में देश के विभिन्न हिस्सों में लगभग 6000 एफपीओ (एफपीसी सहित) स्थापित किए गए हैं। इनमें से लगभग 4200 एफपीओ निर्माता कंपनियों के रूप में पंजीकृत हैं और शेष सहकारी समितियों और समितियों के रूप में पंजीकृत हैं। (स्रोत: एफपीओ पर नाबार्ड पेपर; स्थिति और मुद्दे)

इनमें से अधिकांश एफपीसी 100 से 1000 किसानों के बीच शेयरधारक सदस्यता के साथ अपने संचालन के प्रारंभिक चरण में हैं। उन्हें न केवल स्थायी व्यवसाय के लिए तकनीकी सहायता की आवश्यकता होती है, बल्कि बाजार से जुड़ाव सहित पर्याप्त पूंजी और बुनियादी सुविधाओं की भी आवश्यकता होती है। इनमें से बड़ी संख्या में एफपीसी मध्य प्रदेश, राजस्थान, महाराष्ट्र और बिहार जैसे कुछ राज्यों में केंद्रित हैं और अपने सदस्यों को बीज और कीटनाशकों जैसे कृषि आदानों की बिक्री में लगे हुए हैं, जबकि कुछ वाणिज्यिक बीज उत्पादन में शामिल हैं और इससे भी कम उत्पादन के विपणन या प्रसंस्करण में। इनमें से कुछ ही एफपीसी आर्थिक रूप से व्यवहार्य बन पाए हैं।

चीजों को परिप्रेक्ष्य में रखने के लिए, महाराष्ट्र में 1,696 पंजीकृत एफपीसी में से 1,048 ने या तो कोई व्यवसाय नहीं किया है या अप्रैल 2019 के दौरान महाराष्ट्र सरकार के कृषि विभाग द्वारा जारी एक सर्वेक्षण में गैर-कार्यात्मक पाए गए हैं। शेष एफपीसी में से, 135 ने ₹ 7 लाख और ₹ 10 लाख के बीच कारोबार की सूचना दी थी, जबकि 204 ने प्रति वर्ष ₹ 10 लाख और ₹ 50 लाख के बीच कारोबार की सूचना दी थी। केवल 104 एफपीसी ने ₹ 50 लाख से अधिक का कारोबार किया है। एफपीसी को कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है जैसे कि कंपनी को पंजीकृत करने की लंबी प्रक्रिया, ब्याज की किफायती दर पर संपार्श्विक-मुक्त ऋण की अनुपलब्धता और नेतृत्व और व्यावसायिक कौशल की कमी।

इसलिए, इस संदर्भ में, महाराष्ट्र के नासिक जिले के मोहदी गांव, डिंडोरी तालुका में सह्याद्री किसान उत्पादक कंपनी लिमिटेड (एसएफपीसीएल) नामक एक एफपीसी की उपलब्धियों को नोट करना महत्वपूर्ण है, जिसने 31 मार्च 2018 तक ₹10 करोड़ का लाभ और ₹ 300 करोड़ की वार्षिक बिक्री और शुद्ध बिक्री की सूचना दी है। इस दस्तावेज़ में सह्याद्री किसान निर्माता कंपनी लिमिटेड की सफलता की कहानी प्रस्तुत की गई है।

¹ इंडियन एक्सप्रेस अखबार, पुणे संस्करण में प्रकाशित एक लेख और <https://indianexpress.com/article/cities/pune/over-1000-fpcs-in-maharashtra-non-functional-or-report-zero-business-5753624> पर ऑनलाइन उपलब्ध है।

1.2. उद्देश्य

- एक एफपीसी के रूप में एसएफपीसीएल की सफलता के लिए अग्रणी कारकों का अध्ययन करना
- मॉडल की सफलता में बैंक वित्त की भूमिका का अध्ययन करना
- किसान उत्पादक कंपनियों की अवधारणा के बारे में बैंकरों के बीच जागरूकता पैदा करने और एफपीसी के वित्तपोषण में अवसरों और चुनौतियों के बारे में उन्हें संवेदनशील बनाने के लिए इस प्रलेखित सफलता की कहानी का उपयोग करना

1.3 कार्यप्रणाली

13-17 मई 2019 के दौरान सह्याद्री एफपीसी के कार्यालय और मोहदी गांव, डिंडोरी तालुका, नासिक, महाराष्ट्र में संयंत्रों के दैनिक दौरे के साथ दस्तावेज़ीकरण प्रक्रिया शुरू की गई थी। एसएफपीसीएल के अधिकारियों के साथ चर्चा की गई थी और प्रश्नावली और इसकी वार्षिक रिपोर्ट के माध्यम से एसएफपीसीएल से प्राथमिक डेटा एकत्र किया गया था।

लेखक ने नीलवंडी, मोहादी, सिन्नार और निफाड़ गांवों के एफपीसी के किसान सदस्यों से मुलाकात की और पूर्व-डिज़ाइन किए गए प्रश्नावली के माध्यम से जानकारी एकत्र की। प्रश्नावली में संपत्ति, भूमि उपयोग पैटर्न, उपज, वित्त तक पहुंच, विपणन, वित्तीय स्थिति और जीवन शैली के संदर्भ में एफपीसी में शामिल होने के बाद परिवर्तनों पर जानकारी एकत्र करने का प्रयास किया गया। प्रश्नावली की प्रति अनुलग्नक 1 और 2 में दी गई है।

1.4 सीमाएं

जबकि सफलता की कहानियाँ अक्सर प्रतिकृति के लिए प्रेरणा का काम करती हैं, उनकी कुछ सीमाएँ भी हो सकती हैं। जैसा कि हम निम्नलिखित पृष्ठों में देखेंगे, एसएफपीसीएल एफपीसी का एक अत्यधिक सफल उदाहरण है, लेकिन जो काफी हद तक व्यक्तिगत रूप से संचालित है, और जहां प्रमोटरों ने अपनी मूल पूंजी का निवेश किया है। एसएफपीसीएल मॉडल की प्रतिकृति उस जिले या राज्य में सामुदायिक संस्कृति की व्यापकता पर भी निर्भर करेगी, क्योंकि यह सफल होने के लिए सामूहिक या समूह दृष्टिकोण के लिए आवश्यक है।

2.1 पीओ क्या है?

एक उत्पादक संगठन (पीओ) प्राथमिक उत्पादकों द्वारा गठित एक कानूनी इकाई है, जैसे कि किसान, दूध उत्पादक, मछुआरे, बुनकर, ग्रामीण कारीगर, शिल्पकार आदि। एक पीओ एक निर्माता कंपनी, एक सहकारी समिति या कोई अन्य कानूनी रूप हो सकता है जो सदस्यों के बीच लाभ/लाभ के बंटवारे की व्यवस्था करता है। पीओ के कुछ रूपों में जैसे निर्माता कंपनियां, एक निर्माता कंपनी दूसरी निर्माता कंपनी की सदस्य भी बन सकती है। "किसान उत्पादक संगठन" (एफपीओ) एक प्रकार का पीओ है जहां सदस्य किसान होते हैं।

संस्थानों को बढ़ावा देना

एनजीओ सहित कोई भी व्यक्ति या संस्थान पीओ को बढ़ावा दे सकता है। व्यक्तिगत व्यक्ति या संस्थान अपने स्वयं के संसाधनों का उपयोग सद्भावना से या उत्पादकों के सामाजिक आर्थिक विकास के महान उद्देश्य के साथ पीओ को बढ़ावा दे सकते हैं। नाबार्ड, लघु किसान कृषि व्यवसाय संघ (एसएफएसी), सरकारी विभाग, कॉर्पोरेट और घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय सहायता एजेंसियां भी पीओ के प्रचार और हैंड-होल्डिंग के लिए वित्तीय और/या तकनीकी सहायता प्रदान करती हैं। ऐसे प्रचार करने वाले संस्थानों को POPI (उत्पादक संगठन को बढ़ावा देने वाले संस्थान) कहा जाता है।

2.2 एक निर्माता कंपनी क्या है?

एक निर्माता कंपनी (पीसी) एक विशिष्ट प्रकार का पीओ है और एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी और एक सहकारी समिति के बीच एक संकर है, इस प्रकार एक निजी लिमिटेड कंपनी के पेशेवर प्रबंधन के लाभों के साथ-साथ एक सहकारी समिति से प्राप्त पारस्परिक लाभ मिलता है। एक पीसी के लिए न्यूनतम चुकता पूंजी रु. 1 लाख और न्यूनतम अधिकृत पूंजी रु 5 लाख, जो अपेक्षाकृत छोटी रकम होने के कारण जुटाना आसान है। 2013 में संशोधित भारतीय कंपनी अधिनियम 1956 की धारा 581 (सी) के तहत दस या अधिक प्राथमिक उत्पादक एक पीसी को शामिल कर सकते हैं और सदस्यता की अधिकतम संख्या पर कोई प्रतिबंध नहीं है, जिसे आवश्यकता और व्यवहार्यता के अनुसार बढ़ाया जा सकता है। अध्ययनों से पता चला है कि एक पीसी को आम तौर पर लगभग 700 से 1000 सक्रिय उत्पादकों को स्थायी संचालन के लिए सदस्यों के रूप में ब्रेक-ईवन स्तर प्राप्त करने की आवश्यकता होती है।¹

2 नाबार्ड एफ पी ओ, एफ ए क्यू, 2015

2.3 पीओ की आवश्यक विशेषताएं

ए यह उत्पादकों के एक समूह द्वारा कृषि या गैर-कृषि गतिविधियों के लिए बनाई जाती है।

बी यह एक पंजीकृत निकाय और एक कानूनी इकाई है।

सी निर्माता संगठन में शेयरधारक हैं।

डी यह प्राथमिक उत्पाद/उत्पाद से संबंधित व्यावसायिक गतिविधियों से संबंधित है।

इ यह सदस्य उत्पादकों के लाभ के लिए काम करता है।

एफ लाभ का एक हिस्सा उत्पादकों के बीच साझा किया जाता है।

जी शेष अधिशेष व्यापार विस्तार के लिए अपने स्वामित्व वाले धन में जोड़ा जाता है।

2.4 पीओ की आवश्यकता

पीओ का मुख्य उद्देश्य उत्पादकों के लिए अपने स्वयं के संगठन के माध्यम से बेहतर आय सुनिश्चित करना है। बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं का लाभ प्राप्त करने के लिए छोटे उत्पादकों के पास व्यक्तिगत रूप से (इनपुट और उत्पादन दोनों) मात्रा नहीं होती है। इसके अलावा, कृषि विपणन में, बिचौलियों की एक लंबी श्रृंखला होती है जो अक्सर गैर-पारदर्शी तरीके से काम करते हैं जिससे ऐसी स्थिति उत्पन्न होती है जहां उत्पादक को उस मूल्य का केवल एक छोटा हिस्सा प्राप्त होता है जो अंतिम उपभोक्ता भुगतान करता है। एकत्रीकरण के माध्यम से, प्राथमिक उत्पादक इनपुट खरीदने और उत्पाद बेचने के दौरान बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं और बेहतर सामूहिक सौदेबाजी शक्ति का लाभ मिल सकता है।

2.5 पीओ का स्वामित्व और प्रबंधन

पीओ का स्वामित्व इसके सदस्यों के पास है। यह उत्पादकों का, उत्पादकों द्वारा और उत्पादकों के लिए एक संगठन है। एक या एक से अधिक संस्थान और/या व्यक्ति पीओ को मोबिलाइजेशन, रजिस्ट्रेशन, बिजनेस प्लानिंग और संचालन में सहायता के माध्यम से बढ़ावा दे सकते हैं। हालाँकि, स्वामित्व नियंत्रण हमेशा सदस्यों के पास होता है और प्रबंधन सदस्यों के प्रतिनिधियों के माध्यम से किया जाता है। प्रत्येक पीओ में उपनियमों के अनुसार एक निर्वाचित प्रबंधन बोर्ड/निदेशक मंडल होगा। बोर्ड अपने मामलों के प्रबंधन के लिए पेशेवरों को नियुक्त कर सकता है और उन्हें पीओ की आय से बाजार आधारित पारिश्रमिक का भुगतान कर सकता है।

2.6 सदस्यता प्रक्रिया

प्रासंगिक भूगोल (आस-पास के गांवों) में रहने वाले और समान या समान उपज का उत्पादन करने वाले सभी प्राथमिक उत्पादक, जिसके लिए पीओ का गठन किया गया है, पीओ के सदस्य बन सकते हैं। सदस्यता स्वैच्छिक है और पीओ सदस्यता प्राप्त करने की प्रक्रिया पीओ के उपनियमों पर निर्भर करती है। संस्थापक सदस्य वे हैं जो पीओ के गठन के समय वहां मौजूद थे। अन्य सदस्य बाद में पीओ में शामिल होते हैं। हालांकि, सभी सदस्यों को समान अधिकार प्राप्त हैं। एक प्राथमिक उत्पादक एक आवेदन और मामूली सदस्यता शुल्क जमा करके पीओ का सदस्य बन सकता है। कुछ पीओ वार्षिक सदस्यता नवीनीकरण शुल्क भी लेते हैं।

2.7 पीओ की गतिविधियां

यह देखा गया है कि प्राथमिक उत्पादकों के पास अक्सर उत्पादन करने का कौशल और विशेषज्ञता होती है। हालांकि, उनके पास आम तौर पर अपनी उपज के विपणन की कमी होती है और उन्हें इसके लिए समर्थन की आवश्यकता होती है। पीओ कच्चे माल की खरीद से लेकर अंतिम उत्पाद की डिलीवरी तक अंतिम उपभोक्ता के दरवाजे पर उत्पाद की मूल्य श्रृंखला में किसी एक या अधिक गतिविधियों की जिम्मेदारी लेते हुए इस अंतर को पाटने का प्रयास करता है। एक पीओ निम्नलिखित में से कुछ या सभी गतिविधियां कर सकता है:

- क) इनपुट की खरीद
- ख) बाजार की जानकारी का प्रसार
- ग) प्रौद्योगिकी का प्रसार और नवाचारों को सुविधाजनक बनाना
- घ) निविष्टियों के लिए वित्त की सुविधा
- ड.) उत्पाद का एकत्रीकरण और भंडारण
- च) प्राथमिक प्रसंस्करण जैसे सुखाना, सफाई और ग्रेडिंग
- छ) ब्रांड निर्माण, पैकेजिंग, लेबलिंग और मानकीकरण
- ज) गुणवत्ता नियंत्रण
- झ) संस्थागत खरीदारों के लिए विपणन
- ण) कमोडिटी एक्सचेंजों में भागीदारी
- ट) निर्यात

2.8 एफपीओ के लिए महत्वपूर्ण पारिस्थितिकी तंत्र

उत्पादक संगठनों के विकास के लिए एक अनुकूल पारिस्थितिकी तंत्र जरूरी है क्योंकि उन्हें कृषि-मूल्य श्रृंखला के सबसे कमजोर हिस्से से निपटना पड़ता है, जो खेत से शुरू होता है और प्रसंस्करण और दूर के बाजारों तक चलता है।

पारिस्थितिकी तंत्र की आवश्यकताओं की एक चित्रमय प्रस्तुति चित्र 1 में दी गई है:



चित्र 1: व्यवहार्य एफ पी ओ के लिए पारिस्थितिकी

- स्रोत : (i) एफ पी ओ पर नाबार्ड पेपर ; स्थिति और मुद्दे
(ii) नाबार्ड एफ पी ओ – एफ ए क्यू

सह्याद्री फार्मर्स प्रोड्यूसर्स कंपनी लिमिटेड (SFPCL):
अब तक की यात्रा

3.1 शुरुआत: एफपीसी का निर्माण

सह्याद्री फार्मर्स प्रोड्यूसर्स कंपनी लिमिटेड या सह्याद्री एफपीसी (एसएफपीसीएल) को 27 दिसंबर 2010 को पंजीकृत किया गया था और 2011 में एक योग्य कृषि अभियंता, श्री विलास विष्णु शिंदे की अध्यक्षता में परिचालन शुरू किया गया था। हालाँकि, वास्तविक यात्रा बहुत पहले शुरू हो गई थी।

श्री शिंदे, जिन्होंने 1998 में महात्मा फुले कृषि विद्यापीठ (एमपीकेवी), राहुरी, महाराष्ट्र के प्रमुख कृषि विश्वविद्यालय से स्नातक की उपाधि प्राप्त की, ने अगले 5 वर्षों में कई व्यवसायों में हाथ आजमाया। ऐसे कुछ उपक्रमों में जल संरक्षण एनजीओ स्थापित करना; 'शेतकारी संगठन' के साथ काम करना; मशरूम, स्ट्रॉबेरी और शिमला मिर्च की खेती करना; कॉफी बागान; डेयरी फार्मिंग और वर्मी कंपोस्टिंग शामिल है। इन विविध लेकिन असफल प्रयासों ने उन्हें भारत में एक व्यक्तिगत छोटे किसान होने की चुनौतियों का अनुभव और एहसास कराया। छोटे किसानों को बुनियादी ढांचे की कमी, गुणवत्तापूर्ण कृषि इनपुट और सही सलाह जैसी चुनौतियों; खंडित आपूर्ति श्रृंखला; खराब कोल्ड स्टोरेज सुविधाएं; फसल के बाद का उच्च नुकसान; और बाजार के रास्ते में कई बिचौलियों द्वारा शोषण का सामना करना पड़ा।

उपरोक्त चुनौतियों से पार पाने के लिए वर्ष 2003 में 10 अंगूर किसानों ने 9 एकड़ भूमि के साथ एक समूह के रूप में बाजारों से सीधे जुड़कर स्थिति में सुधार करने का लक्ष्य रखा। उन्होंने अगले एक साल में आवश्यक बुनियादी ढांचे की स्थापना की जिसमें अडगांव, नासिक में निर्यातकों ने अंगूर की अपनी उपज के निर्यात के लिए एपीडा द्वारा अनुमोदित बुनियादी ढांचे और 60 मिलियन टन / दिन की एफ एंड वी हैंडलिंग क्षमता के साथ एक निजी तौर पर आयोजित कंपनी मैसर्स विलास विष्णु शिंदे स्थापित की। 2004 में, फर्म ने यूरोपीय बाजारों में ताजा अंगूर के 4 कंटेनर भेज दिए, और 2010 तक किसानों की संख्या बढ़कर 140 हो गई और अंगूर के 150 कंटेनर प्रमुख वैश्विक सुपर-बाजारों में भेज दिए गए। 2010-2011 में कंपनी को सह्याद्री किसान उत्पादक कंपनी लिमिटेड (एसएफपीसीएल) के रूप में स्थापित किया गया, जिससे 'किसान-उद्यमियों' से एक पूर्ण 'किसान कंपनी' में उन्नत किया गया।

3.2 सह्याद्री एफपीसी का विकास

3.2.1 विविधीकरण

एसएफपीसीएल का गठन एक कृषि उद्यमी के रूप में काम करते समय आने वाली चुनौतियों को दूर करने और कृषि और इसके आसपास के ग्रामीण समुदाय के सतत विकास द्वारा खेती को एक लाभदायक उद्यम में बदलने के लिए किया गया था। 2014 तक, सदस्य किसानों की संख्या बढ़कर 1007 हो गई और उस वर्ष एसएफपीसीएल ने 17

मिलियन अमेरिकी डॉलर मूल्य के 9000 मीट्रिक टन ताजे अंगूरों को ले जाने वाले 625 कंटेनरों का निर्यात किया।

इस समय तक, सह्याद्री फार्म्स ने अपनी अधिकांश चिंताओं पर अपनी पकड़ बना ली थी, लेकिन यह अभी भी दो मुद्दों से जूझ रहा था: (i) इसकी ताजा उपज के लिए 'बाजार पहुंच', जो कम शेल्फ लाइफ के कारण निर्यात नहीं किया जा सकता था, और (ii) टमाटर, आम और केले के अपने कृषि उत्पाद को संसाधित करने के तरीके के संदर्भ में 'मूल्य संवर्धन' की कमी। इसके कारण एसएफपीसीएल ने 2015 में निम्नलिखित तीन नए डिवीजनों की स्थापना की:

- खुदरा प्रभाग - अपने घरेलू उपभोक्ताओं तक खाद्य सुरक्षित और 100% ट्रेस करने योग्य खेत जैसे ताजे फल और सब्जियां सीधे पहुंचाने के लिए।
- प्रसंस्कृत खाद्य प्रभाग - अपने कृषि उत्पादों के मूल्यवर्धन और प्रसंस्करण के लिए लुगदी, प्यूरी, जैम, जूस और केचप में।
- कृषि इनपुट डिवीजन - अपने कृषि उत्पाद की स्थायी उच्च गुणवत्ता सुनिश्चित करने और सदस्यों की लाभप्रदता बढ़ाने के लिए, इसने "किसान प्रत्यक्ष" के तहत अपने कृषि इनपुट डिवीजन को बीज, उर्वरक, कीटनाशक, मशीनरी और यहां तक कि पॉली हाउस और ड्रिप सिंचाई प्रणाली जैसे कृषि इनपुट सदस्य किसानों को उचित दरों पर आपूर्ति के लिए भारत और विदेशों में गुणवत्ता निर्माताओं के स्रोत के लिए से सीधे संपर्क करना शुरू किया।

3.2.2 भारत के अग्रणी अंगूर निर्यातक और एफपीसी

अंगूर दुनिया की सबसे अधिक उत्पादित फलों की फसल में से एक है, जिसका हर साल लगभग 75 मिलियन टन उत्पादन होता है। जबकि लगभग पचास प्रतिशत अंगूर का उपयोग शराब बनाने के लिए किया जाता है, एक तिहाई का उपयोग ताजे फल के रूप में किया जाता है और बाकी को सुखाया जाता है, अंगूर के रस के रूप में सेवन किया जाता है या अंगूर के रूप में संग्रहीत किया जाता है।³

भारत में पैदा होने वाले अंगूरों का नब्बे प्रतिशत नासिक में उगाया जाता है और इसका एक बड़ा हिस्सा टेबल अंगूर का होता है। भारत को जनवरी से अप्रैल के महीनों में टेबल अंगूर की विश्व स्तर पर आपूर्ति करने में सक्षम होने का एक अनूठा लाभ है और वह भी प्रतिस्पर्धी मूल्य पर अपेक्षाकृत अधिक पैदावार और अंतरराष्ट्रीय औसत से कम उत्पादन लागत के कारण।⁴

³ स्रोत : FAO-OIV FOCUS 2016

⁴<http://www.fao.org/3/x6897E/x6897e06.htm>, and http://agriexchange.apeda.gov.in/prodgallery/prdprofile_moa.aspx?hscod=08061000

आज एसएफपीसीएल देश के सबसे बड़े एफपीसी में से एक बन गया है, जिसमें 8,000 से अधिक किसानों की सदस्यता 1200 अंगूर उत्पादकों सहित विभिन्न फसलों को उगाने और 31 मार्च 2019 तक 350 करोड़ रुपये से अधिक के कारोबार के साथ है। यह महिंद्रा एग्री सॉल्यूशंस लिमिटेड (एमएसएल) को पछाड़कर भारत की सबसे बड़ी अंगूर निर्यातक कंपनी बन गई, जो देश के अंगूर निर्यात में 17% का योगदान करती है और यूरोपीय संघ में बड़ी संख्या में खुदरा विक्रेताओं को आपूर्ति करती है। मोहदी में एसएफपीसीएल की अत्याधुनिक पोस्ट हार्वेस्ट सुविधा, भारत में सबसे बड़ी ताजे फलों की पैकिंग सुविधा में से एक है, जिसमें अच्छी तरह से सुसज्जित प्रीकूलिंग और कोल्ड स्टोरेज इकाइयों के साथ प्रति दिन 225 मीट्रिक टन फलों को पैक करने की क्षमता है।

विपणन और इनपुट आपूर्ति के साथ-साथ एसएफपीसीएल बैकएंड पर दक्षता और लाभप्रदता बढ़ाने के लिए किसानों को वित्तीय सहायता और तकनीकी सलाह भी प्रदान करता है। यह नासिक के जनजातीय क्षेत्रों के लगभग 3000 अंशकालिक श्रमिकों को कटाई से लेकर पैकिंग तक की विभिन्न गतिविधियों में नियोजित करता है। विभिन्न अंगूर किस्मों के तहत लगभग 1200 अंगूर किसानों और 5000 एकड़ क्षेत्र के साथ, एसएफपीसीएल किसानों और उपभोक्ताओं सहित सभी हितधारकों को लाभान्वित करते हुए एक लाभदायक और टिकाऊ मूल्य श्रृंखला विकसित करने में सफल रहा है।

3.2.3 विस्तार

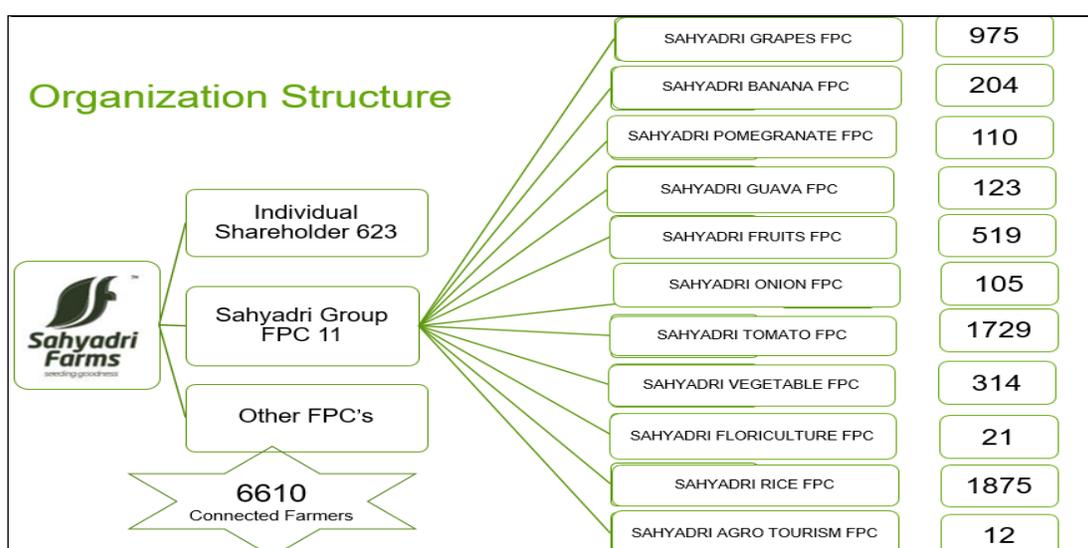
जबकि अंगूर निर्यात इसकी मुख्य गतिविधि बनी हुई है, एसएफपीसीएल महाराष्ट्र में उगाई जाने वाली सभी प्रमुख फलों और सब्जियों की फसलों के लिए ऐसी मूल्य श्रृंखला विकसित करने की योजना पर भी काम कर रहा है। मोहदी में 65 एकड़ से अधिक क्षेत्र में संबंधित बुनियादी ढांचा स्थापित किया गया है जिसमें लगभग 850 मीट्रिक टन की कुल हैंडलिंग क्षमता के साथ पकाने वाले कक्ष, फल और सब्जियां पैकिंग सुविधा, जमे हुए खंड, एसेटिक पैकेजिंग अनुभाग और एफएमसीजी अनुभाग शामिल हैं। एफपीसी का फोकस सदस्य किसानों के लिए निर्यात या घरेलू बाजारों में ताजा या संसाधित रूप में अपनी कृषि उपज का विपणन करके सर्वोत्तम संभव मूल्य प्राप्त करना है।

किसानों को एकत्र करने के अलावा, एसएफपीसीएल अपने प्रसंस्कृत खाद्य उत्पाद श्रृंखला के साथ-साथ ताजे फल और सब्जियां बेचने के लिए खुदरा दुकानों का आयोजन करके घरेलू बाजार में उपभोक्ताओं को संगठित कर रहा है। वर्तमान में इसने सह्याद्री रिटेल डिवीजन के तहत मुंबई और नासिक में 7 आउटलेट स्थापित किए हैं।

⁵ <https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/agriculture/sahyadri-farms-emerges-as-indias-largest-grape-exporter-of-2018-19/articleshow/70058281.cms?from=mdr>

3.3 संगठन की संरचना

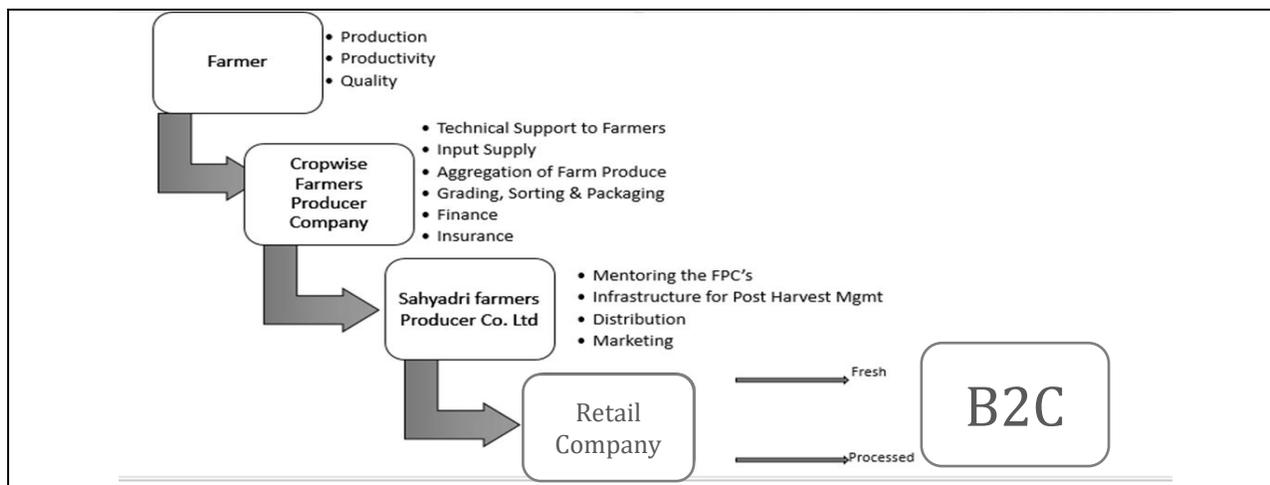
एसएफपीसीएल ने एक संघीय संरचना तैयार की है जिसमें 623 व्यक्तिगत शेयरधारक सदस्य हैं, इसके अलावा अन्य फसल-वार एफपीसी से सदस्य प्रतिनिधित्व करते हैं। जबकि एसएफपीसीएल ने 2014 तक केवल अंगूरों के बाबत काम किया, उसके बाद इसने केला, आम, अनार, अमरूद, प्याज, टमाटर, सब्जियां, चावल जैसी फसलों में अंगूर की सफलता को दोहराने के इरादे से अन्य फसलों में विविधता लाना शुरू किया और इसके लिए एफपीसी का गठन किया। एफपीसी के साथ इन उत्पादों में से फल, फूलों की खेती और कृषि पर्यटन के लिए कार्य किया गया जैसा कि चित्र 2 में दिखाया गया है। इसने आम, केले के लिए पकने वाले कक्षों की स्थापना की है; अन्य बुनियादी ढांचे के बीच सड़न रोकनेवाला संयंत्र, आईक्यूएफ संयंत्र आदि हैं।



चित्र 2: एसएफपीसीएल का संगठनात्मक ढांचा (स्रोत - एसएफपीसीएल)

चूंकि प्रत्येक फसल में चुनौतियों का एक अलग सेट होता है, सह्याद्री ने केंद्रित प्रबंधन सुनिश्चित करने के लिए प्रत्येक फसल के लिए एक अलग एफपीसी का गठन किया। अमूल के फ्रेडरेटेड मॉडल का अनुसरण करते हुए, जिसमें व्यक्तियों के बजाय समाज माता-पिता का हिस्सा है, अन्य फसलों के एफपीसी को एसएफपीसीएल का सदस्य बनाया गया है, प्रत्येक एफपीसी के पास मूल एफपीसी यानी एसएफपीसीएल में केवल एक वोटिंग अधिकार है।

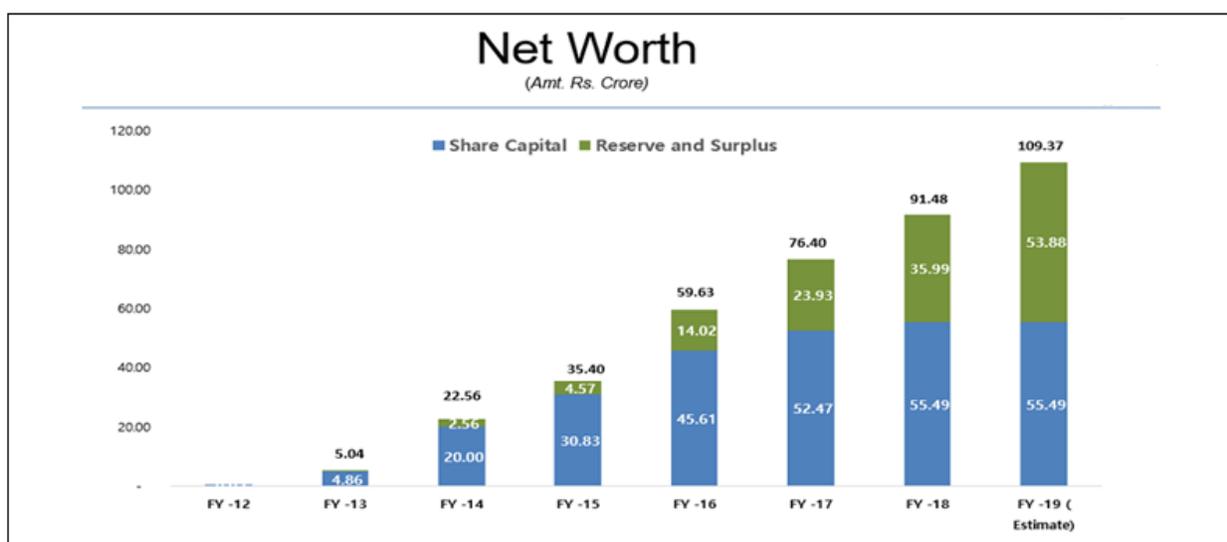
कंपनी के कुछ प्रमुख विभाग आर एंड डी, फार्म संचालन, गुणवत्ता नियंत्रण, लेखा और वित्त, मानव संसाधन, प्रौद्योगिकी, घरेलू विपणन और अंतर्राष्ट्रीय विपणन हैं। यह अंशकालिक और मौसमी संविदात्मक श्रमिकों के अलावा, रोल पर लगभग 350 के एक स्थायी कर्मचारी को रोजगार देता है।



चित्र 3: दि सहयाद्रि यूनिवर्स (स्रोत - एसएफपीसीएल)

3.4 शेयर पूंजी और आरक्षित निधि

एसएफपीसीएल की शेयर पूंजी 2012-13 के 4.86 करोड़ रुपये से बढ़कर 2018-19 में 55.49 करोड़ रुपये हो गई है और इसी अवधि के दौरान आरक्षित निधि और अधिशेष 18 लाख रुपये से बढ़कर 53.88 करोड़ रुपये हो गया है। 31 मार्च 2018 को प्रत्येक शेयर के अंकित मूल्य 5000 रुपये के साथ अधिकृत शेयर पूंजी 70 करोड़ रुपये है और चुकता पूंजी 55.49 करोड़ रुपये है। 2018 तक, एसएफपीसीएल ने शेयरधारक किसानों को, उनके शेयरों पर कोई लाभांश या किसी भी संरक्षण बोनस का भुगतान नहीं किया है और इसके बजाय FPC के व्यवसाय का विस्तार करने के लिए अधिशेष को वापस गिरवी रख दिया है।



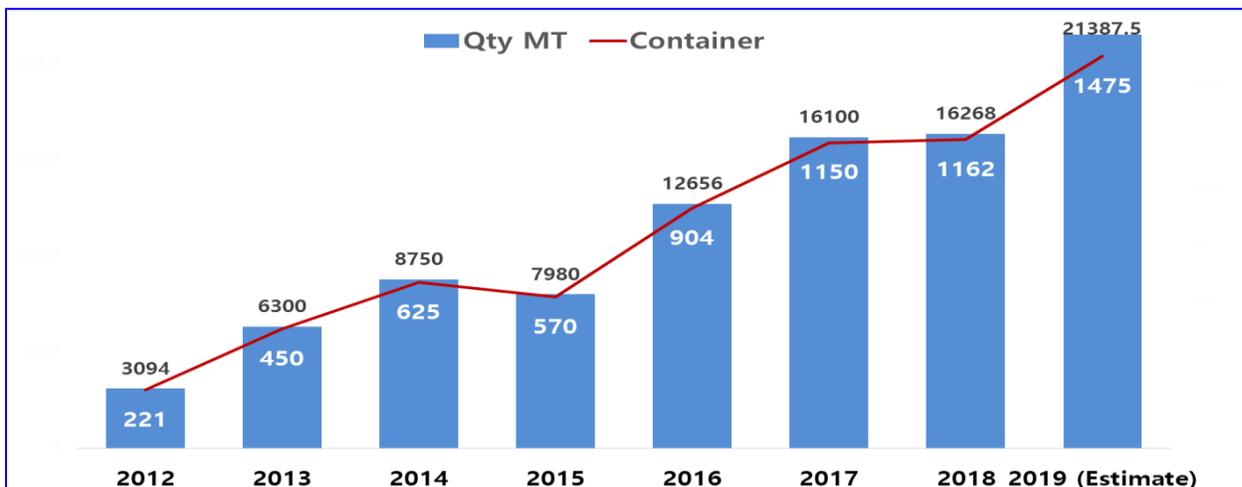
चित्र 4: शेयर पूंजी और आरक्षित निधि (स्रोत - एसएफपीसीएल)

(" संरक्षण बोनस" का अर्थ है एक निर्माता कंपनी द्वारा अपनी अधिशेष आय में से सदस्यों को उनके संबंधित संरक्षण या पीसी के व्यवसाय में उनके बिक्री योगदान के अनुपात में भुगतान, या तो नकद में या इक्विटी शेयर जारी करके या दोनों, जैसा कि आम सभा द्वारा तय किया जा सकता है)

31 मार्च 2018 के अंत तक एफपीसी में 10 प्रमोटर सदस्यों की हिस्सेदारी 49.44% थी और 623 व्यक्तिगत किसानों और 12 अन्य फसल एफपीसी सदस्यों सहित अन्य 635 शेयरधारकों की हिस्सेदारी 31 मार्च 2018 के अंत में 50.95% थी।

3.5 निर्यात और राजस्व प्रदर्शन

एसएफपीसीएल भारत से अग्रणी अंगूर निर्यातक बन गया है और 2018 में इसने मुख्य रूप से यूरोपीय बाजारों में 1162 कंटेनरों या 16268 मीट्रिक टन अंगूरों का निर्यात किया, और 2019 के अनुमानित आंकड़े 1475 कंटेनर या 21387 मीट्रिक टन हैं। (चित्र 5)

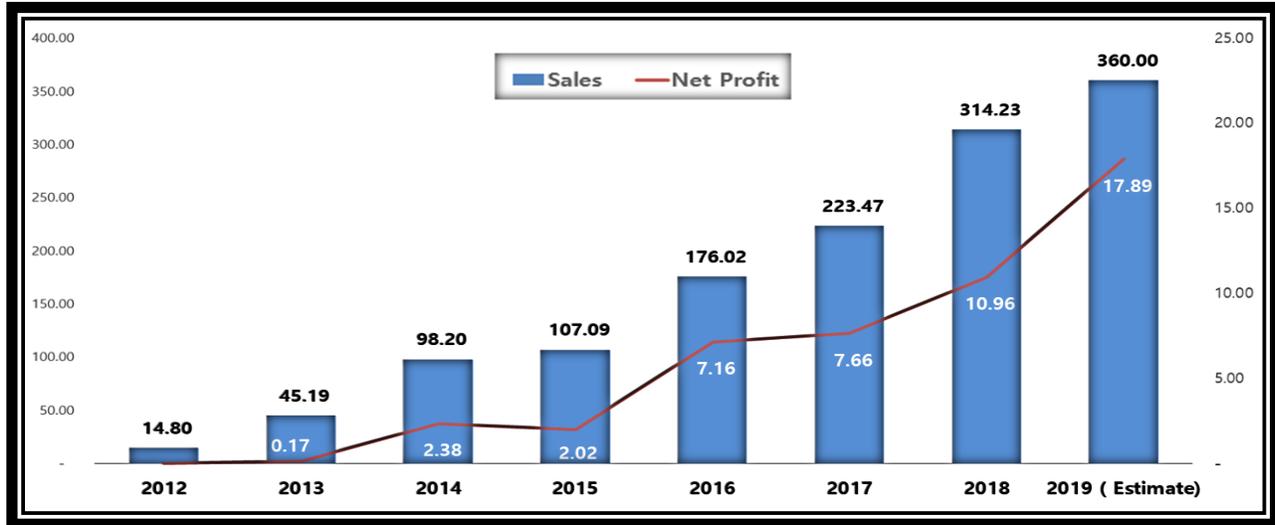


चित्र 5: अंगूरों का वर्ष वार निर्यात (स्रोत - एसएफपीसीएल)

वर्ष-दर-वर्ष बिक्री 2014 के लगभग 100 करोड़ रुपये से बढ़कर 2018 में 314 करोड़ रुपये हो गई और वित्त वर्ष 2019 में 360 करोड़ रुपये तक बढ़ने का अनुमान है। इसी अवधि के दौरान, शुद्ध लाभ 2.38 करोड़ रुपये से बढ़कर 11 करोड़ रुपये हो गया और वित्त वर्ष 2019 में यह बढ़कर 18 करोड़ रुपये हो जाने का अनुमान है (चित्र 6)

2018 में 314 करोड़ रुपये की कुल बिक्री में से 238 करोड़ (76%) ताजे फल और सब्जियों की बिक्री से आए, जिसमें 227 करोड़ रुपये अंगूर के निर्यात से (72%) थे और शेष प्रसंस्कृत उत्पादों और एफएमसीजी लाइनों की बिक्री से आया था।

Amt. in Rs. Crores

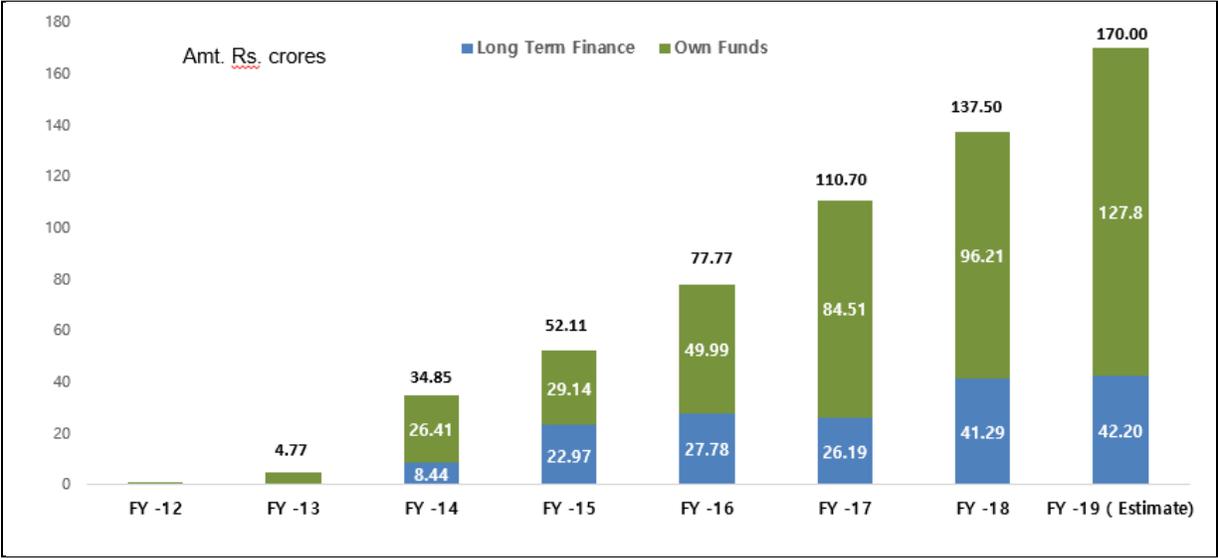


चित्र 6: वर्ष दर वर्ष बिक्री और शुद्ध लाभ (स्रोत - एसएफपीसीएल)

3.6 बैंक वित्त और दीर्घकालिक परिसंपत्ति

प्रमोटर के साथ विचार-विमर्श से पता चला कि 2011- 2014 के शुरुआती वर्षों में एफपीसी को बैंक वित्त तक पहुंच प्राप्त करने में मुश्किल हुई, हालांकि इसने निजी और सार्वजनिक दोनों क्षेत्रों में कई प्रमुख बैंकों से संपर्क किया। यहां तक कि श्री विलास शिंदे के निर्यात घराने के मौजूदा बैंकर भी जब निर्यात कंपनी एफपीसी में परिवर्तित हुई तो ऋण देने से हिचकिचा रहे थे। एफपीसी को वित्तपोषित करने के लिए बैंकों की अनिच्छा के कुछ कारण, एफपीसी की अवधारणा के बारे में सामान्य समझ की कमी, साथ ही संपार्श्विक की कमी भी थे। भले ही एक मालिक के रूप में, श्री शिंदे ने लगभग 5 करोड़ रुपये की क्रेडिट सीमा का लाभ लिया था और एक अच्छा पुनर्भुगतान ट्रैक रिकॉर्ड था, एक बार उधारकर्ता का कानूनी रूप FPC में बदल जाने के बाद फंड जुटाना मुश्किल हो गया था।

इसके अलावा, बैंकर विशेष रूप से "एक सदस्य एक वोट" सिद्धांत के कारण कंपनी में श्री शिंदे के प्रमुख प्रमोटर और शेयरधारक होने के बावजूद, एफपीसी प्रारूप में प्रबंधन नियंत्रण न होना पसंद नहीं कर सके। उन्होंने महसूस किया कि एक एफपीसी का सामुदायिक मॉडल जहां प्रमोटर में, मुख्य हितधारक होने के बावजूद, केवल सीमित मतदान अधिकार हैं, साथ ही महत्वाकांक्षी अनुमान बैंकों की दृष्टि से संदेहास्पद थे। यह केवल 2014 में था कि एसएफपीसीएल, अपने तीन साल के सफल संचालन के बल पर, तीन साल के वित्तीय विवरण प्रदान करने और एक निजी बैंक को राजी करने में सक्षम था जिसने 14 करोड़ रुपये का कार्यशील पूंजी ऋण दिया जिसने कंपनी को तेजी से विकास पथ पर रखा, जैसा कि नीचे दिए गए आंकड़े से देखा जा सकता है।



चित्र 7: बैंक वित्त (स्रोत- एसएफपीसीएल)

आज कंपनी ने बैंकों का विश्वास अर्जित किया है और 31 मार्च 2018 तक यह विभिन्न निजी और विदेशी बैंकों से रुपये 40 करोड़ से अधिक की लंबी अवधि के उधार का लाभ लेती है जिनमें से आधे से अधिक विदेशी मुद्रा सावधि ऋण है। इसके अतिरिक्त इसने कुछ बैंकों से 43 करोड़ रुपये के अल्पकालिक ऋण का भी लाभ उठाया है। ये सभी उधार भूमि और भवन, चालू संपत्ति, संयंत्र और मशीनरी, अन्य चल और अचल संपत्तियों और श्री विलास शिंदे की व्यक्तिगत गारंटी पर प्रभार के साथ सुरक्षित हैं।

भाग IV

एस एफ पी सी एल : सफलता के लिए मुख्य सामग्री

एसएफपीसीएल की सफलता कई कारकों का परिणाम है जिसमें दूरदर्शी नेतृत्व, किसान को संचालन के केंद्र में रखना, पेशेवर टीम निर्माण, संपूर्ण मूल्य श्रृंखला पर ध्यान केंद्रित करना, गुणवत्ता जागरूकता, प्रौद्योगिकी का व्यापक उपयोग और बड़े सपने के अनुसार स्वयं को सक्षम समझना शामिल है।

4.1 शासन, नेतृत्व और किसानों पर फोकस

सह्याद्री को शीर्ष पर श्री शिंदे के दूरदर्शी नेतृत्व से लाभ हुआ है, जिसमें किसानों के साथ लाभ साझा करने पर ध्यान केंद्रित किया गया है ताकि कृषि व्यवसाय को लाभदायक और टिकाऊ बनाया जा सके। एक पेशेवर निर्माता कंपनी के रूप में, सह्याद्री एफपीसी ने सभी कर्मचारियों के साथ अपने मिशन और विजन स्टेटमेंट तैयार और साझा किए हैं। ये वक्तव्य प्रत्येक कर्मचारी को यह समझने के लिए दिशा प्रदान करते हैं कि इन लक्ष्यों को

बॉक्स मद 1

एसएफपीसीएल का मिशन:

सह्याद्री फार्म किसानों की, किसानों द्वारा, किसानों के लिए एक विश्वसनीय, मूल्य संचालित और पेशेवर रूप से प्रबंधित किसान उत्पादक कंपनी (FPC) है।

- 1) सह्याद्री फार्म का उद्देश्य खेती को लाभदायक और टिकाऊ बनाना है;
 - सभी परिस्थितियों में सभी कृषि उपज के लिए सर्वोत्तम संभव प्राप्ति का आश्वासन देना,
 - उपलब्ध संसाधनों का इष्टतम उपयोग और कृषि स्तर पर और संपूर्ण मूल्य श्रृंखला में समग्र लागत को कम करना,
 - प्रभावी वित्तीय और जोखिम प्रबंधन,
 - उन्नत प्रौद्योगिकी के माध्यम से वैश्विक मानकों के अनुसार गुणवत्ता और उत्पादकता बढ़ाने के लिए किसानों को सलाह देना,
 - प्रभावी कटाई उपरांत प्रबंधन।
- 2) एक मजबूत आपूर्ति श्रृंखला विकसित करना, जो पता लगाने योग्य, सुरक्षित, स्वस्थ और सस्ती - कृषि उपज के साथ-साथ मूल्य वर्धित उत्पादों को खेत से प्लेट तक सुनिश्चित करे
- 3) पर्यावरण, कर्मचारियों और सभी हितधारकों के साथ सम्मानजनक संबंध बनाना

एसएफपीसीएल का विजन:

ग्रामीण और शहरी समुदायों के बीच की खाई को पाटने की शक्ति के साथ एक अग्रणी किसान उत्पादक कंपनी (एफपीसी) बनना;

- खेती को हमारे सभी किसानों के लिए एक लाभदायक और टिकाऊ व्यवसाय बनाकर और
- हमारे उपभोक्ता को सुरक्षित, स्वस्थ, किफायती - कृषि उत्पाद और मूल्य वर्धित उत्पाद प्रदान करके,

पर्यावरण की देखभाल करते हुए, हमारे हितधारकों को सशक्त बनाने और अर्थव्यवस्था को मजबूत करना।

पूरा करने में उनकी भूमिका क्या है, और मिशन और दृष्टि को कंपनी की संस्कृति का एक अभिन्न अंग बनाते हैं।

सहाद्री एफपीसी ने अपने मिशन और विजन पर खरा उतरते हुए खुद को किसानों के , किसानों द्वारा और किसानों के लिए एक संगठन के रूप में डिजाइन करके सामाजिक पूंजी का निर्माण किया है। कंपनी के अधिकारियों और किसानों के साथ चर्चा से कर्मचारियों, प्रबंधन और सदस्य किसानों के बीच उच्च स्तर के आपसी विश्वास का पता चला। एफपीसी के सदस्यों के रूप में शामिल होने के इच्छुक किसानों की बढ़ती संख्या से विश्वास स्पष्ट होता है, साथ ही कई पेशेवर कर्मचारियों से भी, जिन्होंने ग्रामीण क्षेत्रों में अपेक्षाकृत अज्ञात एफपीसी के लिए काम करने के लिए बड़े शहरों में अधिक प्रतिष्ठित नियोक्ताओं के साथ अपनी नौकरी छोड़ दी है।

प्रबंधन का दृष्टिकोण सभी कर्मचारियों द्वारा साझा किया जाता है, जो कि श्री प्रीतिश कारे, एसएफपीसीएल के जनसंपर्क अधिकारी के शब्दों में, "कृषि व्यवसाय में एक नेता बनकर समाज में योगदान करने और किसानों के जीवन में बदलाव लाने की क्षमता और इच्छा है।" सहाद्री भारतीय कृषि की क्षमता में विश्वास करता है और भारतीय कृषि को बदलने और ग्रामीण और शहरी भारत के बीच की खाई को पाटने के लिए कई हितधारकों का मार्गदर्शन और प्रोत्साहन कर रहा है।

संयोग से, सदस्यों के बीच विश्वास की जड़ें भारतीय अंगूर उद्योग में 2010 के एक कुख्यात प्रकरण में हैं, जब यूरोपीय संघ के देशों ने क्लोरमेकेट क्लोराइड (सीसीसी) के रासायनिक अवशेषों के उच्च स्तर के कारण भारत से अंगूर की खेप को स्वीकार करने से इनकार कर दिया था। ऐसा हुआ कि यूरोपीय संघ के देशों ने दिसंबर में अंगूर में रासायनिक अवशेषों के लिए अपने आयात मानदंडों को संशोधित किया था, जो किसी तरह अंगूर निर्यातकों को समय पर सूचित नहीं किया गया था। उन्हें बदले हुए नियमों के बारे में तभी पता चला जब उनके कंटेनरों को यूरोप के विभिन्न बंदरगाहों पर रोक दिया गया। इससे अंगूर निर्यातकों को भारी नुकसान हुआ, जिनमें से अधिकांश ने किसानों को भुगतान न करके नुकसान पहुंचाया। सदस्य किसानों के साथ बातचीत से पता चला कि उस कठिन समय में, मेसर्स विलास विष्णु शिंदे एक्सपोर्टर्स ने अपने आपूर्तिकर्ता किसानों को नुकसान स्वयं वहन करके अच्छा भुगतान किया और परिणामस्वरूप समुदाय के बीच बहुत सद्भावना अर्जित की। किसानों के प्रति यह उदार भाव, किसानों और निर्यातकों में ज्ञान की कमी की पूर्ति के साथ-साथ सहाद्री एफपीसी शुरू करने का अवसर भी बन गया।

4.2 कृषि मूल्य श्रृंखला दृष्टिकोण

सहाद्री एफपीसी ने किसानों के साथ बैकवर्ड लिंकेज और बाजारों के साथ फॉरवर्ड लिंकेज के साथ एक मजबूत मूल्य श्रृंखला बनाने पर ध्यान केंद्रित किया है, जो खेत से प्लेट तक ट्रेस करने योग्य, सुरक्षित, स्वस्थ और सस्ती कृषि उपज के साथ-साथ मूल्य वर्धित उत्पादों को सुनिश्चित करता है।

4.2.1 बैकवर्ड लिंकेज

ए) **किसान:** एफपीसी में पूर्णकालिक सदस्य के रूप में प्रवेश की एक श्रेणीबद्ध प्रणाली है। एसएफपीसीएल का शेयरधारक बनने के लिए, एक किसान को पिछले 3 वर्षों से एफपीसी के माध्यम से अंगूर का विपणन करना चाहिए था। यह एफपीसी की उपलब्धियों के कारकों में से एक है। एसएफपीसीएल के साथ 3 प्रकार के किसान हैं। शेयरधारक किसान वे हैं जो 3 साल से अधिक समय से एफपीसी को अंगूर की आपूर्ति कर रहे हैं और एफपीसी के शेयरधारक बन गए हैं। पंजीकृत किसान वे हैं जो 1-2 साल से आपूर्ति कर रहे हैं और अभी तक शेयरधारक नहीं बने हैं और गैर-पंजीकृत किसान एसएफपीसीएल के नए आपूर्तिकर्ता हैं। सभी तीन प्रकार के किसानों को रियायती सस्ते इनपुट, आउटपुट के लिए बेहतर मूल्य, सर्वोत्तम कृषि विज्ञान प्रथाओं, मौसम की जानकारी आदि तक पहुंच प्राप्त होती है। शेयरधारक किसान अतिरिक्त रूप से एफपीसी से लाभांश प्राप्त करने के लिए पात्र होते हैं और रियायती दर।

पर विदेशों में एक्सपोजर ट्रिप पर भी जाते हैं।

बी) **कम कीमतों पर गुणवत्ता इनपुट:** सह्याद्री बाजार आधारित विक्रेताओं की तुलना में अपने सदस्य किसानों को बहुत सस्ती दर पर इनपुट प्रदान करता है। एफपीसी सामूहिक रूप से थोक में कीटनाशक, खरपतवारनाशी, कवकनाशी, कीटनाशक, उर्वरक और कृषि उपकरण जैसे इनपुट खरीदता है और सदस्य किसान इसे सह्याद्री इनपुट स्टोर से एमआरपी से रियायती दर पर खरीद सकते हैं, जिससे बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं का लाभ मिलता है। इसकी तुलना में, गैर-सदस्य किसान (या पूर्व सह्याद्री दिनों में सदस्य किसान स्वयं) डीलरों से एमआरपी पर आवश्यक इनपुट जैसे उर्वरक और कीटनाशक खरीदते हैं। इसके अलावा, जब डीलर आपूर्तिकर्ता क्रेडिट प्रदान करते हैं, तो ब्याज 1.5% से 2% प्रति माह तक जाता है (किसानों ने बताया कि उन्हें औसतन 1 लाख रुपये की खरीद पर एक वर्ष में 20000 रुपये अतिरिक्त भुगतान करने की आवश्यकता होती है)। सह्याद्री से खरीदारी, सस्ती होने के अलावा, अन्य लाभ प्रदान करती है जैसे इनपुट की सुनिश्चित गुणवत्ता (कोई नकली सामान नहीं), समय पर उपलब्धता, और न केवल उर्वरक और कीटनाशक बल्कि अन्य इनपुट जैसे कृषि मशीनरी भी खरीदने की सुविधा।

किसानों के साथ एक चर्चा से पता चला कि आम तौर पर एसएफपीसीएल सदस्यता से उत्पन्न होने वाले इनपुट लागत लाभ 7% से 25% (कवकनाशी और कीटनाशकों के लिए 7-10%) और उर्वरकों के लिए 25% तक होते हैं।

सी) **श्रम लागत पर बचत:** एसएफपीसीएल किसानों को कुशल कटाई टीमों की सेवाएं भी प्रदान करता है, ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि बिना किसी दरार के गुणवत्ता वाले अंगूरों की कटाई की जा सके। चूंकि कटाई एसएफपीसीएल द्वारा की जाती है, बिक्री मूल्य में शामिल लागत के साथ, किसान उच्च श्रम लागत पर भी बचत करते हैं।

डी) **उच्च बिक्री मूल्य:** एसएफपीसीएल के सदस्य दो प्रमुख कारकों के परिणामस्वरूप, अन्य गैर-सदस्य अंगूर किसानों की तुलना में अपने अंगूर की उपज के लिए बेहतर मूल्य अर्जित करते हैं।

- पहला कारक बिक्री संरचना में परिवर्तन है, अर्थात निर्यात के लिए घरेलू बिक्री का अनुपात। इससे पहले, एसएफपीसीएल से पहले के दिनों में, किसान अपनी उपज का लगभग **80%** घरेलू बाजारों में बेचते थे और लगभग **20%** निर्यातकों द्वारा खरीदा जाता था। एसएफपीसीएल सदस्यता के साथ, स्थिति लगभग उलट गई है, क्योंकि सहाद्री को बेचे गए कुल उत्पादन का लगभग **70%** निर्यात किया जाता है और लगभग **30%** जो अक्सर निर्यात गुणवत्ता मानकों से एक पायदान नीचे होता है, घरेलू बाजारों में बेचा जाता है। निर्यातक आम तौर पर घरेलू बिक्री की तुलना में बेहतर कीमत प्राप्त करते हैं।

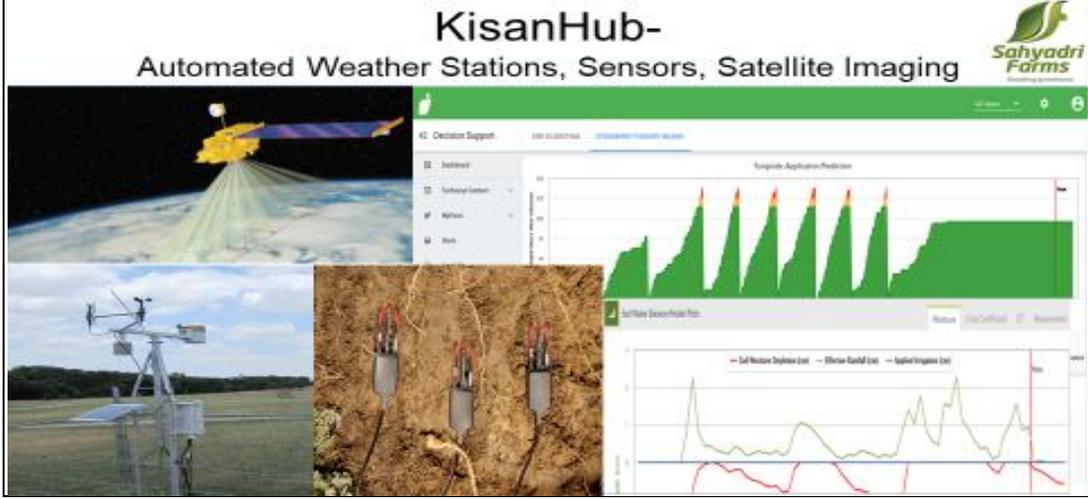
- दूसरा योगदान कारक यह है कि एसएफपीसीएल को उपज बेचने से किसान के लिए उच्च बाजार मूल्य प्राप्त होता है। 2017/2018 में औसतन एक सदस्य किसान को निर्यात गुणवत्ता अंगूर के लिए 55-65 प्रति किलो रुपये और घरेलू बिक्री के अंगूर के लिए **30-35** रुपये प्रति किलोग्राम का भुगतान किया गया था। ये दरें निर्यात के लिए **45-55** रुपये की औसत दरों और घरेलू बाजारों के लिए **25-30** / - प्रति किलोग्राम जो एक गैर-सहाद्री किसान को भुगतान किया जाता है (या सदस्य किसान को पूर्व एसएफपीसीएल सदस्यता दिनों में मिलता था) से बेहतर हैं।

- यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि निर्यात बाजार में विशिष्ट वजन, मिठास और लंबाई के केवल उच्चतम गुणवत्ता वाले अंगूर पसंद किए जाते हैं और शेष लॉट को घरेलू बाजार में बेचा जाना है। गैर-एसएफपीसीएल किसानों को अंगूर की निर्यात गुणवत्ता बनाए रखना अपेक्षाकृत कठिन लगता है और इसलिए उन्हें अक्सर घरेलू बाजारों में बिक्री और विभिन्न राज्यों के व्यापारियों पर निर्भर रहना पड़ता है और अलग-अलग बिक्री मूल्य प्राप्त करना पड़ता है।

ई) **तकनीकी सहायता:** किसानों को सर्वोत्तम कृषि पद्धतियों के संदर्भ में तकनीकी सहायता प्रदान की जाती है जैसे बुवाई के समय पर सलाह, ग्राफ्टिंग; कीटनाशकों, उर्वरकों, पौधों के विकास नियामकों आदि के उपयोग के लिए प्रकार और मात्रा; उत्पादों की निर्यात गुणवत्ता और खाद्य सुरक्षा आवश्यकताओं को बनाए रखना, अन्य के अलावा, ज्यादातर मुफ्त या मामूली शुल्क के आधार पर। किसान हब ऐप के माध्यम से, एसएफपीसीएल परिसर में किसान की यात्रा के दौरान और कृषि विज्ञान क्षेत्र वैज्ञानिक टीमों (किसान उन्हें 'डॉक्टर' कहते हैं) द्वारा तकनीकी सहायता प्रदान की जाती है। उदाहरण के लिए, एसएफपीसीएल कृषि विज्ञान दल कीटनाशक अवशेषों के बारे में वैज्ञानिक जानकारी प्रदान करते हैं, छिड़काव कार्यक्रम यह सुनिश्चित करने के लिए कि फसल से तीन सप्ताह पहले किसी भी कीटनाशक का उपयोग नहीं किया जाता है, अंगूर के आकार और गुणवत्ता के रखरखाव के बारे में सलाह, कटाई का कार्यक्रम और प्रति गुच्छा फलों की आवश्यक संख्या की जानकारी प्रदान की जाती है। आम तौर पर प्रति गुच्छा **100** से **125** के बीच होता है; । ये विस्तार सेवाएं न केवल वैश्विक मानकों से मेल खाने के लिए फसल की गुणवत्ता में सुधार करती हैं बल्कि भूमि की उत्पादकता में भी सुधार करती हैं, जो किसानों की आय बढ़ाने में मदद करती हैं।

एफ) **मौसम सहायता और किसान हब:** एसएफपीसीएल संसाधनों के इष्टतम उपयोग, ज्ञान साझा करने और किसानों को फसल के बाद के नुकसान को कम करने और वैश्विक मानकों के अनुसार गुणवत्ता और उत्पादकता

बढ़ाने के लिए तकनीकी सहायता प्रदान करके खेती को अधिक लाभदायक और टिकाऊ बनाने का प्रयास करता है। खेतों की प्रभावी निगरानी के लिए सेंसर का उपयोग करके एफपीसी द्वारा सभी सदस्यों के खेतों को जियो-टैग किया जाता है और आईसीटी के उपयोग से किसानों के साथ जानकारी साझा की जाती है। एसएफपीसीएल स्वचालित मौसम स्टेशनों के माध्यम से मोबाइल फोन एप्लिकेशन 'किसान हब' के माध्यम से और साथ ही कृषि वैज्ञानिकों द्वारा बैठकों और यात्राओं के माध्यम से अद्यतन मौसम की जानकारी भी प्रदान करता है।



चित्र 8; स्रोत : एसएफपीसीएल

एसएफपीसीएल ने 9 मौसम स्टेशन स्थापित किए हैं, जिसके माध्यम से यह किसानों को नियमित मौसम अपडेट और पूर्वानुमान प्रदान करता है, और नासिक में 100 स्टेशनों तक संख्या बढ़ाने की योजना बना रहा है। किसानों को विभिन्न मौसम की स्थिति के दौरान अपेक्षित कीटों की तरह और कीटों को नियंत्रित करने के लिए कीटनाशकों की अनुशंसित खुराक के बारे में भी सलाह दी जाती है।

जी) **किसानों की बैठकें और एक्सपोजर दौरे:** एसएफपीसीएल अक्सर अपने परिसर में किसानों की बैठकों का आयोजन करता है, जिसमें सर्वश्रेष्ठ अंतरराष्ट्रीय कृषि प्रथाओं को साझा किया जाता है और ऑस्ट्रेलिया के श्री ग्रीम सैट, चिली से श्री ऑस्कर साल्गाडो और दक्षिण अफ्रीका से श्री रोड्रिगो जैतून जैसे प्रतिष्ठित अंतरराष्ट्रीय कृषि वैज्ञानिकों के साथ समस्याओं पर चर्चा की जाती है। पिछले 5 वर्षों के लिए, हर साल 25 किसानों को स्पेन, इटली, ग्रीस, दक्षिण अफ्रीका, ब्राजील जैसे विदेशों के लिए रियायती लागत पर ले जाया जाता है ताकि उन्हें आधुनिक उत्पादन विधियों और प्रसंस्करण प्रौद्योगिकियों और विपणन तकनीकों की हाल ही की जानकारी और अनुभव प्राप्त हो सके।

एच) **तेजी से भुगतान:** एसएफपीसीएल अपने किसानों को अधिकतम 21 दिनों से 1 महीने के भीतर आपूर्ति की जाने वाली कृषि वस्तुओं या तो पोस्ट दिनांकित-चेक या एनईएफटी आरटीजीएस/के माध्यम से भुगतान करता है। जबकि 1 महीना उच्च पक्ष पर प्रतीत होता है, यह अंगूर के निर्यात के लिए आवश्यक औसत समय

है; और आश्वासन दिया जा रहा है, यह अन्य विकल्पों की तुलना में बेहतर है। पूर्व सहयात्री दिनों में, एसएफपीसीएल के सदस्य व्यापारियों को अंगूर की आपूर्ति करते थे, जिन्हें भुगतान करने में औसतन न्यूनतम 2महीने लगते थे और कई बार, यहां तक कि उनके भुगतान पर चूक हुई, यह दावा करते हुए कि अंगूर की कीमतें बाजार में कम हो गई थीं या उन्हें बाजार की बिक्री के दौरान नुकसान उठाना पड़ा था।

आई) **किसानों की आय दोगुनी करना:** एसएफपीसीएल दोहरीकरण में सफल रहा है और कुछ मामलों में तीन कारकों के कारण अपने सदस्य किसानों की आय दोगुना से भी अधिक करने में सफल रहा , अर्थात्

- (i) इनपुट लागत में बचत,
- (ii) उच्च कार्यनिष्पादक धारणीय कृषि प्रथाओं को साझा करने के कारण कृषि उत्पादकता में वृद्धि, और
- (iii) खरीदे गए अंगूर के लिए उच्च बिक्री मूल्य का भुगतान |

आइए देखते हैं आय के अंकगणित को बेहतर ढंग से समझने के लिए एक दृष्टांत । उपयोग किए गए आंकड़े सांकेतिक औसत हैं और किसानों और मौसमों के अनुसार भिन्न होंगे ।

उदाहरण

	सहाद्री एफपीसी में शामिल होने से पहले	सहाद्री एफपीसी में शामिल होने के बाद
एकड़ में अंगूर की खेती के तहत क्षेत्र	10.00	10.00
उपज (टन प्रति एकड़)	9-10	10-11
मीडपॉइंट उपज	9.50	10.50
टन में कुल उत्पादन	95.00	105.00
किलो में कुल उत्पादन	95000	105000
बिक्री संरचना	घरेलू- 80% निर्यात-20%	घरेलू-30% निर्यात-70%
घरेलू मूल्य सीमा 10 रुपये प्रति किलो	Rs. 25-30 / kg	Rs. 30-35 / kg
घरेलू भाव मीडपॉइंट रू. प्रति किलो	27.50	32.50
निर्यात मूल्य सीमा रुपए प्रति किलो	Rs. 45-55 / kg	Rs. 55-65 / kg
निर्यात मूल्य मीडपॉइंट रू.प्रति किलो	50.00	60.00
घरेलू आय रू.	20,90,000.00	10,23,750.00
निर्यात आय रू.	9,50,000.00	44,10,000.00
कुल कमाई रू.	30,40,000.00	54,33,750.00
प्रति एकड़ खेती की लागत *	रू. 1.85 लाख / एकर	रू. 2.10 लाख / एकर
खेती की लागत * रुपये में	18,50,000.00	21,00,000.00
रुपये में लाभ	11,90,000.00	33,33,750.00

* एसएफपीसीएल में शामिल होने के बाद किसानों के लिए खेती की लागत में वृद्धि हुई है, भले ही उसे सस्ती लागत पर इनपुट मिलता है, क्योंकि इनपुट की बेहतर गुणवत्ता और निर्यात मानकों को पूरा करने के लिए आवश्यक परिष्कृत कृषि विज्ञान प्रथाओं का पालन किया जाना है। एसएफपीसीएल के अधिकारियों के साथ हुई चर्चा और किसानों ने सुझाव दिया कि उसके पास बाहर की खुदरा दुकानों से एक ही निर्यात गुणवत्ता की जानकारी खरीदी गई है, सहाद्री इनपुट स्टोर के बजाय प्रति एकड़ खेती की लागत 2.1 लाख रुपये प्रति एकड़ के बजाय लगभग 2.35 लाख रुपये प्रति एकड़ होगी।

4.2.2 फारवर्ड लिंकेज

सहयात्री फार्मर्स की कहानी का एक महत्वपूर्ण पहलू घरेलू और विश्व स्तर पर अपने उत्पाद के लिए मजबूत बाजार संबंध बनाने की क्षमता है, जो अक्सर भारतीय उत्पादकों की व्यथा होती होती है। यह लगन से बाजारों की खोज और विविध बाजारों में उपभोक्ताओं द्वारा मांग आधारित उत्पादों को प्रदान करके संभव बनाया गया है।

ए) निर्यात बाजार में पैठ

सफल निर्यात बाजार में पैठ अंगूर निर्यातक और ऑन-बोर्डिंग अनुभवी विपणन पेशेवरों के रूप में पिछले अनुभव और नेटवर्किंग का लाभ उठाने से हुई है जिनमें से कुछ ने भारतीय अंगूर निर्यात बाजार में 3 दशक बिताए हैं। 2018 में, एसएफपीसीएल ने दुनिया भर में 1162 कंटेनरों या 16268 मीट्रिक टन अंगूर का निर्यात किया, मुख्य रूप से भारत के अग्रणी अंगूर निर्यातक के रूप में यूरोपीय बाजारों में। एडेका, रीवा, टेस्को, कॉप, डोले जैसे लगभग सभी प्रमुख यूरोपीय खुदरा विक्रेता इसके ग्राहक हैं, जैसाकि नीचे बॉक्स मद से देखा जा सकता है। इसके अलावा, पिछले साल सहयात्री फार्मर्स ने रॉटरडैम, नीदरलैंड में एक कार्यालय की स्थापना की ताकि यूरोपीय खुदरा विक्रेताओं के साथ सीधे गठबंधन किया जा सके ताकि एजेंट के खर्चों को बचाया जा सके और सीधे अपने निर्यात का विपणन करते हुए बेहतर सौदे सुनिश्चित किए जा सकें।

बी) घरेलू विपणन:

अंगूर के लिए निर्यात बाजार में सफलतापूर्वक सशक्त प्रयास करने के अलावा, एसएफपीसीएल अपने सदस्यों के लिए लाभकारी मूल्य सुनिश्चित करने के लिए घरेलू बाजारों पर एक साथ ध्यान केंद्रित कर रहा है। इसने भारत की अग्रणी खुदरा श्रृंखलाओं जैसे अंगूर, अनार, केला, खरबूजे आदि जैसे ताजे फल और सब्जियों के लिए भविष्य समूह के साथ समझौता ज्ञापनों में प्रवेश किया है; और अपनी प्रसंस्करण सुविधाओं में किसान जैम, केचप और स्कैश के निर्माण के लिए हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (एचयूएल) के साथ समझौता किया है।



चित्र 9

बॉक्स मद 2
अंगूर सीजन 2018- सुपरमार्केट वार सेल्स

%	आयातकर्ता	सुपर मार्केट	संख्या
22%	जेएमएल (254)	टेस्को मार्केट वेल्यू	110
		अंगूर प्रत्यक्ष	52
		टेस्को में लाइन	31
		फ्रेशमार्ट	16
		अल्फ्रेड मूल्य	16
		ओएफडी	13
		मीड्स	6
		कीलिंग्स	6
		पाउंडलैंड	3
		डेनक्स	1
18%	एडेका (208)	एडेका	208
14%	डोल (159)	रियल	33
		कोसोर	34
		एडेका	35
		नेटो	23
		मैक्स	20
		रेवे	12
		होफर	2
2%	सैन लूकर (134)	सैन लूकर	134
12%	ओजीएल (122)	सीटी	102
		यूके	20
9%	Coop (103)	डेनमार्क	61
		नोर्वे	28
		फ़िनलैंड	14
7%	कौफलैंड (77)	कौफलैंड	77
1%	स्पिनीस (9)	स्पिनीस	9
5%	अन्य (97)	अन्य	97
कुल:			1162 कंटेनर

स्रोत: एसएफपीसीएल

सी) खाद्य सुरक्षा, प्रमाणन और गुणवत्ता नियंत्रण:

एसएफपीसीएल ने एक खाद्य सुरक्षा नीति तैयार की है और दस्तावेज किया है जिसे ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और कर्मचारियों के विश्वास को हासिल करने और बनाए रखने के लिए मूल्य श्रृंखला में सभी स्तरों पर कड़ाई से लागू किया जाता है। खाद्य सुरक्षा मानकों को पूरा करने के लिए, कंपनी सुनिश्चित करती है:

- ग्राहक की वैधानिक, नियामक और पारस्परिक रूप से सहमत आवश्यकताओं का अनुपालन;
- अच्छी गुणवत्ता वाले कच्चे माल और प्रक्रियाओं की खरीद करना और उन्नत प्रौद्योगिकी के साथ स्वच्छ परिस्थितियों में पैक करता है;
- आपूर्तिकर्ता को मंजूरी देकर आपूर्तिकर्ता स्तर पर खाद्य सुरक्षा खतरों को नियंत्रित करता है और कारखाने में उपयोग से पहले आने वाली कच्चे और पैकेजिंग सामग्री की जांच करता है; और
- संगठन के सभी स्तरों के लिए इसकी गुणवत्ता और खाद्य सुरक्षा नीति की नियमित समीक्षा और संप्रेषित करता है।



चित्र 10; स्रोत: एसएफपीसीएल

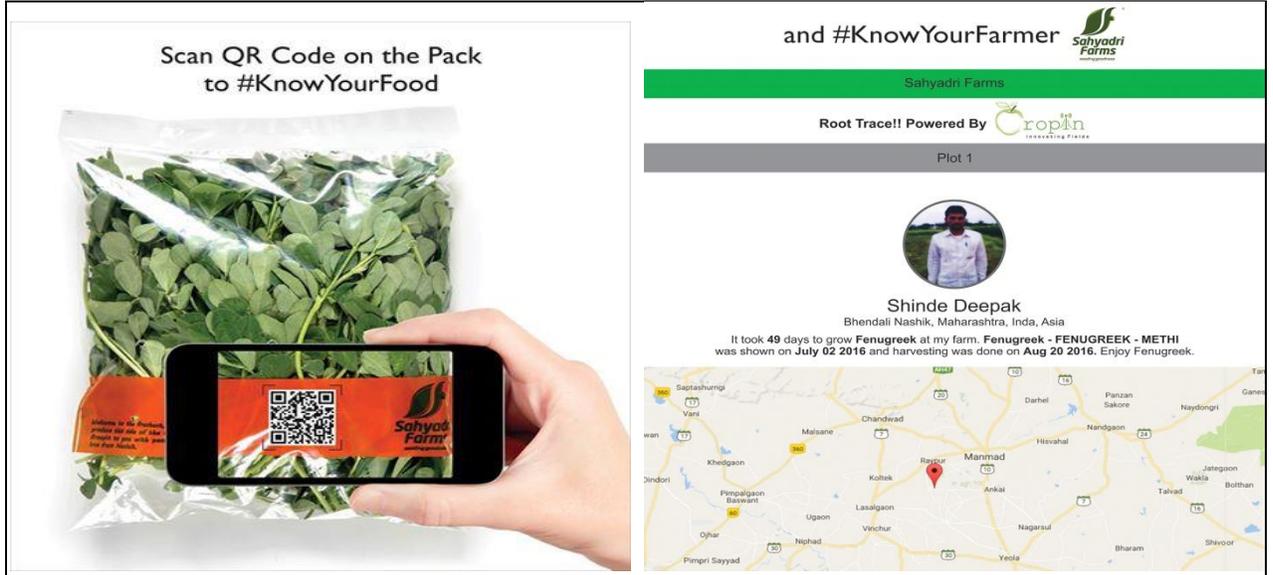
एसएफपीसीएल ने गुणवत्ता मानकों पर विभिन्न राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय एजेंसियों से सफलतापूर्वक प्रमाणपत्र प्राप्त किए हैं जो इसे वैश्विक बाजारों और खाद्य श्रृंखलाओं की कठोर गुणवत्ता मानक आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद करते हैं। कुछ प्रमुख प्रमाणपत्रों में ग्लोबल गैप, एफएसएसआई - भारतीय खाद्य सुरक्षा मानक प्राधिकरण, एगमार्क, यूएसएफडीए, ब्रिटिश रिटेल कंसोर्टियम, एपीडा, आईएसओ 22000: 2005 आदि शामिल हैं।

डी) पता लगाने की क्षमता और ब्रांडिंग

इसके अलावा इसे 'एक कदम पीछे, एक कदम आगे' सिद्धांत के रूप में जाना जाता है, पता लगाने की क्षमता खाद्य पदार्थ की उत्पत्ति की पहचान करने की क्षमता है, विशेष रूप से उपयोगी है जब उत्पादों को दोषपूर्ण पाया जाता है। ट्रैसेबिलिटी सिस्टम एक संगठन को अंत उत्पादों के रूप में उत्पादन, प्रसंस्करण और वितरण में शामिल चरणों और संचालन के माध्यम से मूल्य श्रृंखला में किसी भी स्तर पर उत्पाद का पता लगाने के लिए निशान का पालन करने की अनुमति देता है।

एसएफपीसीएल अपने परिचालनों के सभी चरणों में प्रौद्योगिकी को लागू कर रहा है और पता लगाने की क्षमता पर इसका ध्यान इसी का उदाहरण है। सहयाद्री फार्म्स का मानना है कि अपने खाद्य पदार्थ को जानने के लिए आपको अपने किसान को जानना होगा। यह अपने सदस्यों के खेतों को डिजिटाइज करने और पता लगाने की क्षमता प्रदान करने के लिए 'क्रॉपिन टेक्नोलॉजी सॉल्यूशंस प्राइवेट लिमिटेड', बैंगलोर द्वारा स्मार्ट एग्री सॉल्यूशंस का उपयोग करता है। खेत से कांटा तक अंत तक पता लगाने की क्षमता डेटा को कैप्चर करके प्रदान की जाती है, दृश्यों के साथ, पूर्व-बुवाई से शिपिंग तक सभी स्तरों पर और प्रसंस्करण लाइन के माध्यम से उत्पादित प्रत्येक इन्वेंट्री आइटम के लिए सिस्टम द्वारा उत्पन्न बारकोड का इस्तेमाल किया जाता है। एक उपभोक्ता जो दुनिया के किसी भी कंपनी से मंगाया अंगूर खरीदता है तो वह किस किसान और किस भूमि यह उत्पादन किया गया है यह जानने करने के लिए सक्षम हो जाएगा।

एक ब्रांड ग्राहकों के लिए एक वादा है जो उन्हें बताता है कि वे कंपनी के उत्पादों और सेवाओं से क्या उम्मीद कर सकते हैं, और यह प्रतियोगियों से किसी की ऑफरिंग को अलग करता है। अन्य चीजों के अलावा, ट्रैसेबिलिटी भी कंपनी की ब्रांडिंग में शामिल है। गुणवत्ता, सुरक्षित खाद्य किसान उत्पादक ब्रांड के रूप में एसएफपीसीएल की स्थापना एफपीसी को तेजी से प्रतिस्पर्धी राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजारों में एक बड़ी बढ़त देंगे। लगातार, स्ट्रैटेजिक ब्रांडिंग से धीरे धीरे-एक मजबूत ब्रांड इकटिरी बन जाएगी, जिससे कंपनी को ज्यादा मार्जिन कमाने का लाभ मिल सकता है।



चित्र 11; स्रोत : एसएफपीसीएल

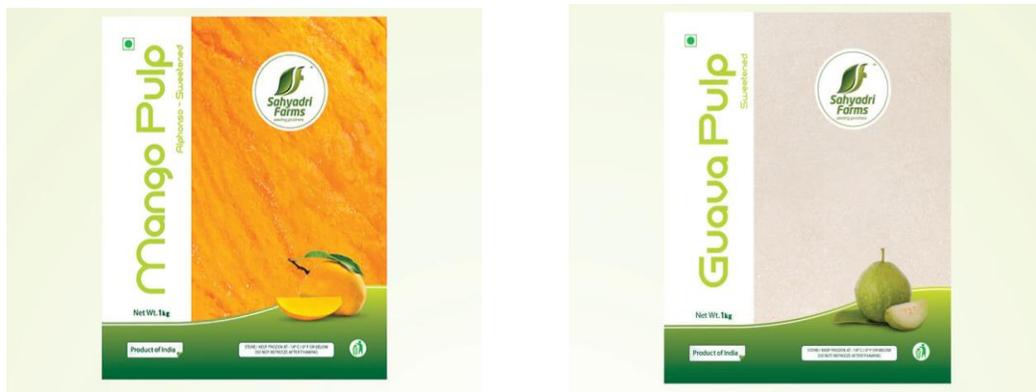
इ) विश्व स्तरीय बुनियादी ढांचा:

सहयाद्री किसान निर्माता कंपनी ने अपनी गुणवत्ता और विकास आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अपने परिसर में विश्व स्तरीय बुनियादी ढांचा स्थापित किया है। कंपनी का इंफ्रास्ट्रक्चर महाराष्ट्र के नासिक जिला के डिंडोरी तालुका के मोहाड़ी गांव में 65 एकड़ परिसर में फैला है जिसमें निम्नलिखित अत्याधुनिक सुविधाएं शामिल हैं।

i.	प्रतिदिन 850 मीट्रिक टन की कुल हैंडलिंग क्षमता
ii.	5.00 लाख वर्ग फीट का पूरा निर्माण
iii.	6 प्रीकूलिंग रूम - प्रत्येक 50 मीट्रिक टन क्षमता वाले
iv.	पत्तेदार सब्जियों के लिए वैक्यूम प्रीकूलिंग सुविधा
v.	ताजा घरेलू विपणन के लिए 8 उन्नत पकाने वाले कक्ष - 25 मीट्रिक टन प्रत्येक की क्षमता
vi.	प्रसंस्करण के लिए अर्ध नियंत्रित पकाने वाले कक्ष - 250 मीट्रिक टन क्षमता के साथ
vii.	IQF प्रक्रिया संयंत्र (फ्रोजन) -50 मीट्रिक टन / दिन
viii.	प्लेट फ्रीजिंग क्षमता (फ्रोजन) - 50 मीट्रिक टन / दिन
ix.	एसेप्टिक प्रोसेस प्लांट - 150 मीट्रिक टन/दिवस आम, टमाटर, केला, पपीता लुगदी के लिए
x.	उन्नत एफएमसीजी उत्पाद लाइनें - Aseptic रस, गर्म भरने का रस, केचप, सॉस और जाम - 250 मीट्रिक टन/दिवस
xi.	2000 मीट्रिक टन शून्य डिग्री स्टोरेज और 2000 मीट्रिक टन निगेटिव कोल्ड स्टोरेज
xii.	4000 मीट्रिक टन ड्राई वेयरहाउस
xiii.	9 मौसम स्टेशन
xiv.	एग्री इनपुट फैसिलिटी सेंटर - 30000 Sq. Ft
xv.	किसान उपभोक्ता मॉल
xvi.	पेटेंट टेबल अंगूर की किस्मों का आयात --इनियाग्रेप, अरेरा 15 और अरेरा 19, जो भारतीय अंगूर उद्योग के लिए एक महत्वपूर्ण मोड़ हो सकता है
xvii.	अंगूर की नई किस्मों के लिए 150 एकड़ से अधिक R & D सेटअप
xviii.	1 मेगावाट का सोलर रूफ पावर प्लांट
xix.	किसानों के लिए इन-हाउस लागत प्रभावी और कुशल सौर पंप सिस्टम विनिर्माण.

एफ) बिजनेस मिक्स:

अपने पोर्टफोलियो में विविधता लाने और सकेन्द्रन जोखिम को कम करने के प्रयास में, एसएफपीसीएल अंगूर की खरीद और निर्यात से अन्य ताजे फलों और सब्जियों जैसे केला, अमरूद, अनार, तरबूज, तरबूज, पपीता, संतरे, प्याज, लौकी, सेम, हरी पत्तेदार सब्जियां, गाजर, शिमला मिर्च, ककड़ी, मूली, चुकंदर आदि की खरीद और वितरण के लिए आगे बढ़ गया। गुणवत्ता प्रसंस्करण संयंत्रों की स्थापना करके, इसने प्रसंस्कृत खाद्य पदार्थों के तीन खंडों में कदम रखा है, जैसे i) Aseptic लुगदी प्यूरिस/एंड कंसंट्रेट, ii) फ्रोजन फ्रूट पल्प/स्पूरीज/, और iii) आईक्यूएफ फल) और सब्जियां बॉक्स) (मद (3।



चित्र 12; स्रोत: एसएफपीसीएल

बॉक्स मद 3

- (i) Aseptic फल प्रसंस्करण एक विधि है जिसके द्वारा खाद्य उत्पाद विसंक्रमित रखा जाता है और विसंक्रमित ड्रम / कंटेनर में पैक किया जाता है ताकि विसंक्रमण को बनाए रखने के लिए जो उत्पाद को एसेप्टिक बैग में रखा जाता है वह डब्बों में बंद करने की औषधि डाले बिना वह उस उत्पाद को खोलने तक लंबे समय तक शेल्फ लाइफ हो सके ।
- (ii) फ्रोजन विधि में अत्याधुनिक लुगदी प्रसंस्करण लाइन के साथ बने फलों के पल्प/प्यूरी के लिए प्लेट फ्रीजर का उपयोग किया जाता है और फिर एफएफएस मशीनों का उपयोग करके यूनिट पैक में पैक किया जाता है ।
- (iii) इंडिविजुअल क्लिक फ्रोजन (आईक्यूएफ) प्रक्रिया शायद एकमात्र तरीका है जहां फलों और सब्जियों के सभी प्राकृतिक मापदंडों को उत्पाद के रंग, स्वाद और बनावट को बरकरार रखते हुए 24 महीने के बहुत लंबे शेल्फ जीवन के साथ संरक्षित किया जा सकता है। इस प्रक्रिया में बहुत कम तापमान (-30 डिग्री सी से -40 डिग्री सेल्सियस) तक अल्ट्रा-रैपिड फ्रीजिंग शामिल होती है, जो सूक्ष्म जीवों की गतिविधियों को समाप्त करने के लिए डिज़ाइन किया गया है जो किसी उत्पाद के क्षय और गिरावट का कारण बन सकता है।

जी) क्षमता निर्माण

संपूर्ण मूल्य श्रृंखला में कुशल मानव संसाधन की उपलब्धता सुनिश्चित करने के उद्देश्य से, सहयाद्री फार्मर्स ने कृषकों-किसानों, छात्रों और कृषि उद्यमियों के लिए एसएफपीसीएल परिसर में कौशल विकास अकादमी स्थापित करने के लिए टाटा स्ट्राइव के साथ एक समझौता ज्ञापन संपादित किया है। जबकि बुनियादी ढांचे को सहयाद्री द्वारा प्रदान किया जाएगा, जनशक्ति और संचालन पहलुओं को टाटा स्ट्राइव द्वारा देखा जाएगा। इसका उद्देश्य ग्रामीण युवाओं और पेशेवरों को लक्षित करना है, और कृषि व्यवसाय, कृषि-विपणन, फसल कटाई के बाद प्रबंधन, व्यापार प्रबंधन और वित्तीय प्रबंधन के क्षेत्रों में आर्थिक रूप से वाजिब कीमत वाले पाठ्यक्रम संचालित करना ताकि कृषि पेशेवरों को विकसित किया जा सके जो किसान उत्पादक कंपनियों सहित कृषि व्यवसायों की स्थापना और कुशलता से प्रबंधन कर सकें ।

टाटा स्ट्राइव, एक सीएसआर कार्यक्रम के रूप में टाटा कम्युनिटी इनिशिएटिव्स ट्रस्ट की एक पहल, रोजगार, उद्यमिता और सामुदायिक उद्यम के लिए विशेष रूप से वित्तीय रूप से चुनौती प्राप्त पृष्ठभूमि से भारत के युवाओं को कौशल बनाने की आवश्यकता का समाधान करती है। इसका मूल फिलोसोफी ऐसे पाठ्यक्रमों का निर्माण करना है जो पूरे औद्योगिक स्पेक्ट्रम में प्रशिक्षित जनशक्ति बनाने और आपूर्ति करने में मदद करेंगे और साथ ही उद्यमशीलता प्रतिभा का विकास करेंगे ।

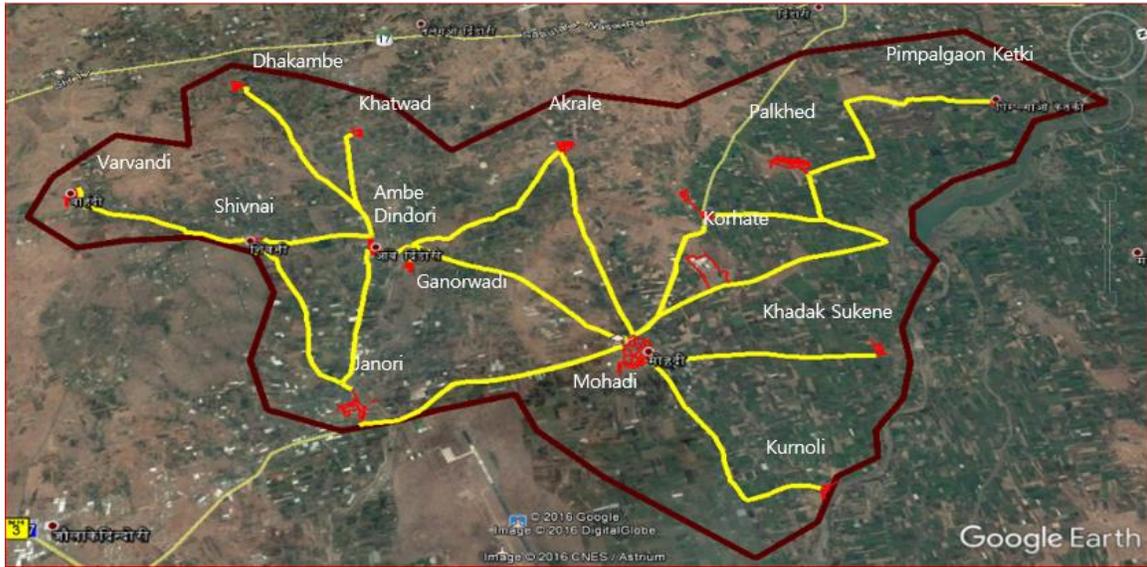
4.3 सामाजिक अभिविन्यास /ग्रामीण विकास के संचालक

एक इकाई के रूप में सहयाद्री फार्मर्स का एक मजबूत सामाजिक अभिविन्यास है और भारत में ग्रामीण विकास के लिए एक रणनीति के रूप में PURA की अवधारणा को मानता है। "ग्रामीण क्षेत्रों को शहरी सुविधाएं

प्रदान करने" (PURA) की यह फिलासोफी पूर्व राष्ट्रपति डॉ. एपीजे अब्दुल कलाम द्वारा दी गई । PURA का प्रस्ताव है कि शहरों के बाहर आर्थिक अवसर पैदा करने के लिए ग्रामीण केंद्रों में शहरी बुनियादी ढांचे और सेवाओं को प्रदान किया जाए। भारत सरकार 2004 से कई राज्यों में पायलट PURA कार्यक्रम चला रही है। श्यामा प्रसाद मुखर्जी रूरुर्बन मिशन (एसपीएमआरएम) या नेशनल रूरुर्बन मिशन (एनआरयूएम) इस मिशन के उत्तराधिकारी हैं। एनआरयूएम "भौगोलिक रूप से समीपस्थ गांवों के एक समूह के विकास" के विज्ञान का अनुसरण करता है जो ग्रामीण सामुदायिक जीवन के सार को संरक्षित और पोषित करता है, जो अनिवार्य रूप से शहरी प्रकृति में माना जाने वाली सुविधाओं पर समझौता किए बिना समानता और समग्रता पर ध्यान केंद्रित करता है, इस प्रकार "रूरुर्बन गांवों" का एक समूह बना रहा है और स्थानीय आर्थिक विकास को उद्दीप्त करता है

इस उद्देश्य के लिए सहयाद्री ने एक मोहड़ी क्लस्टर/सहयाद्री क्लस्टर बनाने की योजना बनाई है, जिसमें 14 गांव शामिल हैं, जिसमें 40239 की कुल आबादी में से 10231 कुल कल्टीवेटर किसान हैं । क्लस्टर दृष्टिकोण से न केवल उत्पादकता, गुणवत्ता और लाभकारी मूल्यों में वृद्धि करके क्लस्टर में किसानों के लिए एक टिकाऊ कृषि आय का नेतृत्व किया जाएगा, बल्कि ग्रामीण आवास, सड़क प्रकाश, सड़क संपर्क, डिजिटलीकरण स्वच्छता, सार्वजनिक स्वास्थ्य और शिक्षा जैसे ग्राम विकास कार्यक्रमों का बेहतर कार्यान्वयन भी होगा ।

चर्चा के दौरान नीलवंडी गांव के किसानों ने पिछले वर्ष एसएफपीसीएल के सीएसआर फंड से 505 नहर निर्माण और गांव में एक आंतरिक सड़क की दिशा में प्राप्त अंशदान के बारे में बताया।



चित्र 13: मोहड़ी क्लस्टर

4.4 बैंक वित्त और एसएफपीसीएल

एसएफपीसीएल का मानना है कि इसके सदस्य गुणवत्तापूर्ण उत्पादन तभी सुनिश्चित कर सकते हैं जब उनके पास उत्पादन और जीवनशैली की अन्य आवश्यकताओं के लिए एक्सेस इनपुट का उपयोग करने हेतु पर्याप्त वित्तपोषण हो। इसलिए इसने आवश्यक और सस्ता ऋण उपलब्ध कराने के लिए विभिन्न बैंकों के साथ गठजोड़ किया है। नीलवंडी गांव, डिंडोरी तालुका, जिनसे हमने बात की, यहाँ के किसानों की राय थी कि एफपीसी में शामिल होने के बाद न केवल ऋण के औपचारिक स्रोतों (बैंकों) तक उनकी पहुंच में सुधार हुआ है, बल्कि उच्च ऋण राशि भी तेजी से संवितरण के साथ उपलब्ध है। एसएफपीसीएल द्वारा अपने सदस्यों तक औपचारिक वित्त तक पहुंच सुनिश्चित करने के लिए निम्नलिखित दो प्रकार की व्यवस्थाओं को सुगम बनाया गया था।

ए. व्यवस्था 1

एसएफपीसीएल के वित्त प्रभाग और किसानों के साथ विचार-विमर्श में यह बात सामने आयी कि एसएफपीसीएल ने आईसीआईसीआई बैंक, आईडीबीआई बैंक और डीसीबी जैसे कुछ बैंकों के साथ गठजोड़ किया है जो सस्ती दर पर एसएफपीसीएल सदस्यों (कम से कम 3 वर्ष पुराने सदस्य) को डोर स्टेप, परेशानी मुक्त कृषि और अन्य खुदरा ऋण आदि प्रदान करता है। उदाहरण के लिए एक बैंक गैर एसएफपीसीएल सदस्यों के लिए 11% की तुलना में एसएफपीसीएल सदस्यों को टर्म लोन 9.75% की ब्याज दर देता है। यह किसानों द्वारा बैंक में अपना बचत खाता खोलने के बाद उपलब्ध है और सहयात्री इस आशय का पत्र देते हैं कि बिक्री के लिए किसानों को इसके सभी भुगतान उस खाते में जमा कर दिए जाएंगे। ब्याज अनुदान योजना का उपयोग करते हुए 3 लाख तक के फसली ऋण 7 प्रतिशत की रियायती दर पर प्रदान किए जाते हैं।

बी. व्यवस्था 2

इसके अलावा, एसएफपीसीएल की कॉर्पोरेट गारंटी (सीजी) के आधार पर, कुछ बैंक सहयात्री फार्म इनपुट स्टोर से इनपुट खरीदने के लिए किसानों को ऋण प्रदान करते हैं, जो खरीद की राशि के लिए सीधे सहयात्री खाते में जमा किया जाता है और किसानों द्वारा चुकाया जाता है। यह सीजी किसान को सीसी सीमा से अधिक अंतरिम कार्यशील पूंजी के एक्सेस में भी मदद करता है।

4.5 सामाजिक पूंजी: किसानों का एक संगठन, किसानों द्वारा और किसानों के लिए

एसएफपीसीएल एक 100% किसान स्वामित्व वाली, पेशेवर रूप से प्रबंधित किसान उत्पादक कंपनी है जो अपने हितधारकों को विकसित करने और लाभ पहुंचाने के लिए प्रौद्योगिकी का लाभ उठाती है। कुछ शेयरधारक किसानों और स्टाफ सदस्यों के शब्दों में, सहयात्री एफपीसी एक बड़े परिवार की तरह है। जिन किसानों से हम मिले, उनमें से कई ने सोचा कि एसएफपीसीएल किसानों की, किसानों द्वारा और किसानों के लिए एक संगठन है। भारत के सबसे बड़े एफपीसी और सबसे बड़े अंगूर निर्यातक और भारत में सबसे बड़े वैश्विक जीएपी प्रमाणित किसान समूह में से एक के रूप में, यह हमारे सामने एक मॉडल प्रस्तुत करता है जिसमें भारतीय किसानों की आय दोगुनी करने और उनके जीवन में सार्थक परिवर्तन लाने के लिए देश भर में दोहराए जाने की क्षमता है। किसान अब अत्यधिक प्रेरित हैं और इस जीवन बदलने वाले संबंधों ने अब न केवल किसानों के बीच बल्कि प्रशासन के स्तर पर भी इस क्षेत्र में एफपीओ के लिए काफी समर्थन शुरू कर दिया है, जैसा कि हमारी बातचीत के दौरान देखा गया है।

भाग V

एसएफपीसीएल की भावी विकास योजनाएं

सहयात्री किसान निर्माता कंपनी लिमिटेड के पास आने वाले वर्षों में विकास की महत्वाकांक्षी योजनाएं हैं ।

- फल और सब्जी श्रेणी में लगभग 8000 किसानों और 15000 एकड़ के वर्तमान कवरेज से एसएफपीसीएल ने मोहाड़ी में बनाई गई हैंडलिंग क्षमता का पूरी तरह से उपयोग करने के लिए अगले 3 वर्षों की अवधि के भीतर 25000 + किसानों और 50000 एकड़ क्षेत्र तक पहुंचने का लक्ष्य दिया है। सभी फसलों के लिए एक समानांतर पारिस्थितिकी तंत्र विकसित किया जा रहा है ताकि उत्पादन की कम लागत पर उत्पादकता और गुणवत्ता को बढ़ाया जा सके, जैसे अंगूर के लिए ।
- सहयात्री रिटेल डिवीजन का लक्ष्य मुंबई, पुणे और नासिक में आने वाले वर्षों में मुंबई और नासिक में मौजूदा 7 आउटलेट्स से अपने प्रोसेस्ड फूड प्रॉडक्ट रेंज के साथ फ्रेश फ्रूट्स और सब्जियां बेचने के लिए 200 रिटेल आउटलेट्स तक स्केल करने का लक्ष्य है ।
- एफपीसी की योजना निम्नलिखित सुविधाओं की स्थापना करके आने वाले वर्षों में अपने बुनियादी ढांचे को और मजबूत और उन्नत करने की है:
 - मृदा परीक्षण प्रयोगशाला
 - पेटिओल टेस्टिंग लैब
 - बायो पेस्टिसाइड एंड बायो फर्टिलाइजर लैब
 - अवशेष परीक्षण प्रयोगशाला
 - नर्सरी इंफ्रास्ट्रक्चर
 - मौसम स्टेशनों को 100 तक बढ़ाना
- एसएफपीसीएल ब्लॉक-चेन आधारित समाधान प्रदान करने की योजना बना रहा है जो किसानों के बागान, बिक्री, केवाईसी, फसल चरण, फसल स्वास्थ्य के पूरे रिकॉर्ड को एक अपरिवर्तनीय रूप में कैप्चर करेगा। इसके बाद साझेदार बैंकों को उन पारदर्शी रिकॉर्ड तक पहुंचने के लिए ब्लॉकचेन तक लॉगिन एक्सेस प्रदान किया जा सकता है और तदनुसार वित्तपोषण/अंडरराइटिंग निर्णय ले सकते हैं । इससे बैंकों के ऋण विश्वास में सुधार होने की उम्मीद है और इससे सदस्यों के लिए ऋण तक पहुंच में सुधार होगा ।
- यह कुछ बीमा कंपनियों के साथ भी बातचीत कर रहा है ताकि फसल क्षेत्र और भौगोलिक क्षेत्र के आधार पर अपने किसानों के लिए अनुकूलित फसल बीमा उत्पादों को एक विशिष्ट अवधि के लिए प्रदान कर सके ।

- धारणीय खेती और एक खुशहाल समुदाय लाभदायक खेती और किसानों के लिए आय में वृद्धि का कारण बन सकता है। चूंकि भारत सरकार की योजना है कि 2022 तक किसानों की आय दोगुनी की जाएं, इसलिए एसएफपीसीएल का उद्देश्य सदस्य किसानों की संख्या को लगभग 25000 + तक तिगुना करना है और खेती के तहत क्षेत्रफल वर्तमान 21000 एकड़ (बॉक्स मद 4) से लगभग 50000 + एकड़ तक दोगुना है।

बॉक्स मद 4

कुल एसोसिएशन	लिंकेज @ 100 % उपयोग 31.03.2022		YoY लिंकेज 31.03.2019	
	एकड़ होल्डिंग/ किसानकिसान	किसानों की संख्या	एकड़ होल्डिंग/ किसान	किसानों की संख्या
	ताजे फल और सब्जी - निर्यात	12825	4710	7300
ताजे फल और सब्जी - घरेलू	8628	4968	2025	1046
प्रोसेसिंग	30404	16633	11725	5314
कुल एसोसिएशन	51857	26311	21050	9041*
अंगूर	7845	1569	7500	1500
अनार	2070	1035	1100	550
केला	555	278	300	150
आम	6260	3130	1800	900
पपीता	1925	963	300	150
स्ट्रॉबेरी	471	471	50	50
अमरूद	3889	1556	625	250
अन्य फल	2988	1494	0	0
प्याज	990	990	650	650
टमाटर	12491	6245	5550	2775
भिंडी	1144	763	225	150
चिली	1144	763	225	150
आलू	630	540	125	107
कोर्न	1944	972	1150	575
पत्तेदार सब्जियां	4300	2867	750	500
एनी सब्जियां	3210	2676	700	584
कुल एसोसिएशन	51857	26311	21050	9041

स्रोत: एसएफपीसीएल

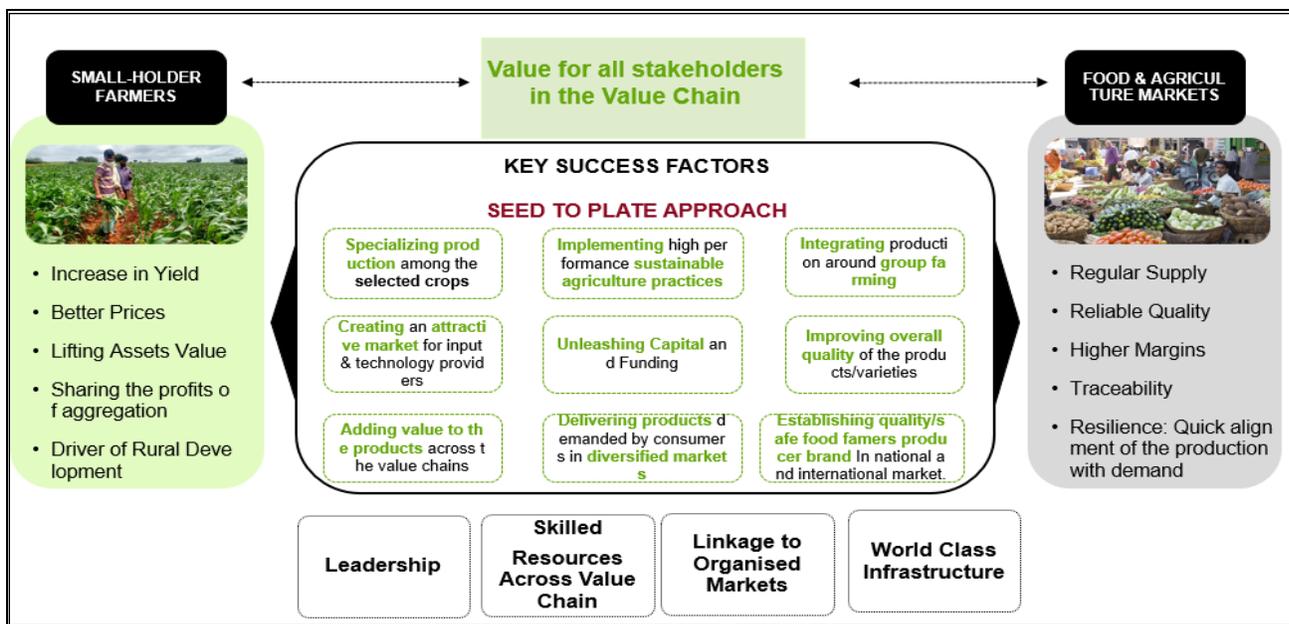
किसान उत्पादक संगठन आज भारत के लघु और सीमांत किसानों के सम्मुख आनेवाली कई चुनौतियों से सफलतापूर्वक निपटने का मार्ग प्रदान करते हैं। अपने खेतों के छोटे आकार के बावजूद बाधाओं पर काबू पाने हेतु, एफपीओ के सदस्य सामूहिक शक्ति, सौदेबाजी की शक्ति और पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं के लिए वित्तीय और गैर वित्तीय आदानों, सेवाओं और प्रौद्योगिकियों का उपयोग, लेनदेन की लागत को कम करने, नए बाजारों का दोहन और अधिक समान शर्तों पर खरीदारों और आपूर्तिकर्ताओं के साथ साझेदारी में प्रवेश का लाभ उठाने में सक्षम हैं। प्रत्येक नई पीढ़ी के साथ भारत में भूमि जोत के विखंडन के प्रति, एफपीओ व्यक्तिगत उत्पादकों के साथ भूमि टाइटल की परवाह किए बिना एकत्रीकरण का एक मूल्यवान रूप प्रदान करते हैं और सदस्यों के उत्पादन में मूल्यवर्धन के लिए उत्पादन, खरीद और विपणन के लिए सामूहिक शक्ति /एकत्रीकरण की ताकत का उपयोग करते हैं।

सह्याद्री फार्म की कहानी का यह प्रलेखन किसानों द्वारा सफल सामूहिक कार्रवाई के विस्तृत यांत्रिकी और एफपीओ मॉडल की क्षमता प्रदान करने का प्रयास है, जिससे उम्मीद है कि संबंधित नीति निर्माताओं और अन्य हितधारकों के अलावा खेती और बैंकिंग समुदाय के लिए एक प्रेरणा के रूप में काम करेगा। इस सफलता की कहानी की रिपोर्ट समाप्त करने से पहले मैं कुछ कारकों की सूची प्रदान करना चाहूँगा जिन्होंने सह्याद्री एफपीसी की सफलता में योगदान दिया है:

6.1 एसएफपीसीएल की सफलता के लिए प्रमुख कारक:

- i. किसानों के साथ लाभ साझा करने पर ध्यान केंद्रित करने के साथ शीर्ष पर दूरदर्शी नेतृत्व
- ii. लक्ष्यों को प्राप्त करने, गुणवत्ता बनाए रखने और उच्च दर्जे की सेवाएं प्रदान करने के लिए सह्याद्री की रणनीति को लागू करने में **सुशासन और प्रबंधन** एक महत्वपूर्ण सफलता कारक रहा है।
- iii. **सुशासन और प्रबंधन संचालन में पारदर्शिता** जिसके कारण विश्वास का निर्माण हुआ है और एफपीसी में शामिल होने वाले किसानों की संख्या बढ़ रही है।
- iv. **भागीदारी दृष्टिकोण** महत्वपूर्ण है, क्योंकि सदस्य किसान एजीएम और अन्य बैठकों के माध्यम से सभी प्रमुख निर्णय लेने में पूरी तरह से शामिल होते हैं।
- v. सह्याद्री सदस्य किसानों की **मानसिकता** को बदलने में सफल रहे हैं, बड़ा सोचने के लिए हैं, निर्वाह से परे व्यावसायीकरण के लिए और निर्यात के लिए घरेलू से परे प्रोत्साहित कर रहे।
- vi. **एकीकृत मॉडल जिसमें किसान को सभी निर्णयों** के केंद्र में रखते हुए फारवर्ड और बैकवर्ड दोनों तरह के संबंधों सहित संपूर्ण मूल्य श्रृंखला पर ध्यान केंद्रित किया गया है।
- vii. सह्याद्री किसानों को एफपीसी कलेक्टिवमें संगठित करने में सक्षम रहा है, और अपने खुदरा स्टोरों के माध्यम से **खुदरा बिक्री का आयोजन करके उपभोक्ताओं** को भी संगठित किया है, (यूरोपीय बाजारों से सीखा गया) जिसके परिणामस्वरूप सभी हितधारकों को लाभ होता है।

- viii. **क्षमता निर्माण पर ध्यान देना और किसानों के बीच ज्ञान प्रसार** ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सस्ते और गुणवत्ता वाले इनपुट के अलावा, और उपज के लिए एक उच्च बिक्री मूल्य, किसानों को शिक्षित करने पर ध्यान केन्द्रन, और किसानों की बैठकों, कृषि विज्ञान समर्थन, जोखिम का दौरा, क्रॉपिन, किसानहब और नवाचारों, मौसम की जानकारी, **वित्त, ब्रांड निर्माण, गुणवत्ता चेतना और अनुपालन संस्कृति** जैसे **प्रौद्योगिकी समाधानों का लाभ** उठाने जैसी अन्य मूल्य वर्धित सेवाओं ने किसानों और कंपनी के बीच एक मजबूत विश्वास और संबंध बनाया है।
- ix. एसएफपीसीएल वित्तपोषण के लिए सरकारी सब्सिडी नहीं ली / निर्भर नहीं रहा है, और इसके बजाय प्रमोटर के फंड और सदस्यों से इक्विटी पूंजी का इस्तेमाल किया कंपनी स्थापित करने के लिए और बाद में सफल आपरेशनों के 2-3 साल के बाद इसे बैंकों से ऋण मिला।
- x. उत्पादन की गुणवत्ता पर ध्यान केंद्रित किया गया, और प्रौद्योगिकी और उच्च दर्जे बुनियादी ढांचे का उपयोग करके **भूमि उत्पादकता** में वृद्धि ने अंतरराष्ट्रीय मानकों को पूरा करने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है।
- xi. सहयाद्री ने मूल्य श्रृंखला में उचित नेटवर्क और बुनियादी ढांचे को स्थापित करके एक असंगठित उद्योग में **प्रारम्भिक प्रस्तावक लाभ** बनाया है।
- xii. सहयाद्री ने उम्मीद से ज्यादा दिया है। **किसान सदस्यों की आय दोगुनी से अधिक हो गई है**, जिसके कारण **उनकी समग्र जीवनशैली जैसे** बेहतर आवास और परिवहन, अपने बच्चों के लिए बेहतर स्कूल, बेहतर स्वास्थ्य तक पहुंच और समुदाय में सम्मान का बदलाव आया है।
- xiii. एसएफपीसीएल ने कुशल जनशक्ति को **सही दृष्टिकोण के साथ काम पर रखने** पर ध्यान केंद्रित किया। कर्मचारी को एक अनौपचारिक लेकिन पेशेवर कार्यालय के माहौल में कार्य करते हैं, स्वामित्व की भावना है, स्व-प्रेरित हैं, यथोचित रूप से भुगतान किया जाता है, और सामाजिक सोच से प्रेरित है। सीईओ और अन्य कार्यकर्ता स्पष्टता और प्रतिबद्धता के साथ अपनी जिम्मेदारियों को पूरा करने में सक्षम हैं।
- xiv. **कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व** पर बहुत ध्यान केंद्रित किया जाता है, क्योंकि इसका उद्देश्य मोहाड़ी क्लस्टर में ग्रामीण समुदाय को साफ-सफाई, स्वच्छता, सड़क लाईट, सड़क, रोजगार सृजन आदि के संदर्भ में स्थायी समाधान प्रदान करना है।



चित्र 14; स्रोत: एसएफपीसीएल

6.2 एसएफपीसीएल के सम्मुख चुनौतियां:

किसी भी एफपीसी के सामने प्रमुख चुनौती में से एक है सदस्यता जुटाना, जागरूकता पैदा करना और उत्पादक शेयरधारकों के बीच स्वामित्व की भावना को पोषित करके सामाजिक पूंजी का निर्माण करना। हालांकि सहयात्री को इस विशेष चुनौती का सामना नहीं करना पड़ता है, लेकिन सहयात्री एफपीसी (और अन्य एफपीसी) के सामने प्रमुख चुनौतियां पर्याप्त पूंजी और उपयुक्त प्रतिभाओं की कमी हैं।

- i. विकास के लिए पूंजी की कमी के कारण एक विशेष आकार से परे पहुँच पाना मुश्किल है। वर्तमान विधिक फ्रेमवर्क बाहरी निवेश या आम जनता को शेयर जारी करने की अनुमति नहीं देता है जो वित्तपोषण और विकास को सीमित करता है। एसएफपीसीएल की शेयर पूंजी 2012-13 के 4.86 करोड़ रुपये से बढ़कर 2018-19 में 55.49 करोड़ रुपये हो गई है। एसएमएफ के वृद्धिशील सदस्यता कवरेज के कारण एफपीसी की वृद्धि बनाए नहीं रखी जा सकती। जिन सदस्य किसानों को शेयर जारी किए जाते हैं, वे अक्सर छोटे और सीमांत होते हैं, जिनमें योगदान करने के लिए सीमित अधिशेष होता है।
- ii. चूंकि एफपीसी के लिए एफडीआई या यहां तक कि घरेलू निवेश निषिद्ध है और बैंक ब्रांडिंग/विपणन के लिए उधार नहीं देते हैं, इसलिए एफपीसी के लिए खाद्य प्रसंस्करण और निर्यात करने वाली जगह जैसे फ्रेशट्रॉप और जैन सिंचाई आदि में अन्य गैर-एफपीसी कंपनियों के साथ लेवल टर्म्स पर प्रतिस्पर्धा करना मुश्किल है। धन की इस कमी से संगठन या तो अच्छी तरह से प्रतिस्पर्धा नहीं कर सकता या उसका आकार छोटा हो सकता है।
- iii. कई बार कुशल और पेशेवर जनशक्ति को आकर्षित करना और बनाए रखना चुनौतीपूर्ण होता है।

- iv. बैंकरों और अन्य हितधारकों के बीच किसान उत्पादक संगठन की अवधारणा के बारे में जागरूकता की कमी के कारण वित्त और बाजारों तक पहुंच सीमित करने की बड़ी बाधा है।

6.3 सहयात्री मॉडल की प्रतिकृति की गुंजाइश

महाराष्ट्र राज्य कृषि विभाग के एफपीसी सर्वेक्षण के आंकड़े (जैसा कि इस रिपोर्ट के पृष्ठ 7 में संदर्भित किया गया है) महाराष्ट्र में और पूरे देश में कार्यप्रणाली और एफपीसी की स्थिति के बारे में कई सवाल हैं। भारत में एफपीसी के विकास को प्रभावित करने वाले कुछ सामान्य कारण हैं:

1. **एफपीसी बनाने के लिए गलत प्रेरणा-** कुछ एफपीसी का गठन सरकार द्वारा दी जाने वाली सब्सिडी सहायता (एसएफएसी द्वारा इक्विटी अनुदान) और नाबार्ड द्वारा प्रदान किए जाने के इरादे से ही किया जाता है। कई एफपीसी जिनके निर्माण को सरकारी सब्सिडी का लाभ उठाने की इच्छा से प्रेरित किया गया था, या तो निष्क्रिय हो गए हैं या न्यूनतम संचालन के साथ काम करते हैं।
2. **व्यापार योजना की कमी-** जब सहायता (हैण्ड- होल्डिंग) प्रक्रिया समाप्त होती है तब आगे FPCs को नुकसान होता है। प्रबंधन कौशल और दिशा की कमी ने उनके विकास को प्रभावित किया है क्योंकि वे अक्सर अपनी व्यावसायिक योजना के बारे में स्पष्ट नहीं होते हैं।
3. **वित्त तक पहुंच-** बैंक वित्त तक पहुंचने में चुनौतियां एफपीसी के विकास को प्रभावित करती हैं। बैंकरों के बीच एफपीसी अवधारणा के बारे में जागरूकता की कमी, बैलेंस शीट अनुभव की कमी, संपार्श्विक की अनुपलब्धता, और एफपीसी के साथ अगले 3-5 वर्षों के लिए एक उचित व्यापार योजना की कमी ऋण प्रवाह को रोकने के कुछ कारण हैं। बैंक जब मॉडल और क्षमता को समझते हैं तब वे और अधिक विचारशील हो सकते हैं और किसी भी अन्य स्टार्ट-अप की तरह मान सकते हैं, जिन्हें स्थिर होने में 3-4 साल लगते हैं और ऋण का विस्तार करते हुए यथार्थवादी चुकौती अनुसूची तय कर सकते हैं।
4. **दूरदर्शी नेतृत्व की कमी-** प्रमोटर स्तर का माइन्ड सेट मन सेट अक्सर सफलता और विफलता के बीच मुख्य कारक बन जाता है।

इस रिपोर्ट के भाग IV से यह देखा जा सकता है कि सहयात्री एफपीसी में उपरोक्त सभी सीमाओं का बहुत अच्छी तरह से ध्यान रखा गया है।

देश भर में सहयात्री एफपीसी मॉडल को दोहराना निश्चित रूप से संभव है, बशर्ते किसानों, बैंकरों, कृषि उद्यमियों और सरकारी अधिकारियों के बीच एफपीओ की अवधारणा और संभावित लाभों के बारे में पर्याप्त जागरूकता पैदा की जाए और सभी स्तरों पर ठोस प्रयास किए जाएं। उपरोक्त कमजोरियों को एसएफएसी,

नाबार्ड, आरबीआई, कृषि मंत्रालय, खाद्य प्रसंस्करण मंत्रालय और वित्त मंत्रालय के समन्वित दृष्टिकोण से दूर किया जा सकता है ताकि नीति, बुनियादी ढांचे, घरेलू बाजारों और निर्यात के संदर्भ में सहायता प्रदान की जा सके। निम्नलिखित क्षेत्रों में धारणीय एफपीसी को बढ़ावा देने के लिए कुछ संभावित कदम उठाए जा सकते हैं।

- i. विभिन्न हितधारकों को शामिल करने के लिए भिन्न-भिन्न मंचों में सहयात्री फार्म और अन्य एफपीसी जैसी सफलता की कहानियों को प्रदर्शित करना।
- ii. किसान उत्पादक कंपनियों (एफपीसी) के लिए क्रेडिट गारंटी फंड योजना (सीजीएफएस) में सुधार करना क्योंकि यह वांछित परिणाम देने में विफल रहा है। एक बेहतर योजना से, बिना संपार्श्विक के बैंक वित्त तक पहुंच में एफपीसी को मदद मिलेगी।
- iii. फंड जुटाने की एफपीओ की सीमित क्षमता को देखते हुए एसएफएसी इक्विटी ग्रांट के अलावा केंद्र और राज्य सरकारों से उच्च इक्विटी अनुदान और फंडिंग
- iv. एफपीसी को मृदा, जलवायु, जल और बाजार की मांग को ध्यान में रखते हुए उस तालुका के लिए एक विशेष फसल की उपयुक्तता के आधार पर तालुका वार बढ़ावा दिया जा सकता है।
- v. प्रत्येक बड़ी फसल को एक अलग इकाई के रूप में माना जा सकता है। सरकार घरेलू आवश्यकता/निर्यात क्षमता वाली सभी प्रमुख फसलों के लिए अलग प्रशासनिक ढांचे, ala, एनडीडीबी के गठन पर विचार कर सकती है ताकि ध्यान केंद्रित किया जा सके, क्योंकि वर्तमान में केवल दो विभाग, कृषि विभाग और बागवानी विभाग सभी फसलों की देखभाल करते हैं। फसलवार प्राधिकरण में विशेष फसल में विशेषज्ञता वाले कर्मचारियों को तैनात किया जा सकता है।
- vi. एहसास दिलाया जाए कि एफपीसी मॉडल अविश्वसनीय क्षमता है, और शायद यह एक ऐसा वर्किंग मॉडल है जो छोटे और सीमांत किसानों की समस्याओं का हल है। छोटे किसानों के एकत्रीकरण के माध्यम से वैश्विक स्तर पर प्रतिस्पर्धा करने के प्रयास महत्वपूर्ण हैं।
- vii. प्रबंधन और गवर्नेंस कौशल निर्माण के लिए एफपीसी के बीच क्षमता निर्माण, इसलिए अधिक महत्व रखता है। भारत में और अधिक बड़े और एकीकृत FPCs बनाने में मदद करने के लिए मिशन मोड में कृषकों, कृषि स्नातकों और अन्य प्रासंगिक सदस्यों की पहचान और प्रशिक्षण द्वारा कृषि स्पेस में पेशेवर लीडरों का एक बड़ा कैडर बनाया जाए।

सन्दर्भ:

1. <https://www.nabard.org/demo/auth/writereaddata/File/FARMER%20PRODUCER%20ORGANISATIONS.pdf>
2. www.sahyadrifarms.com
3. www.nabard.org
4. <http://sfacindia.com/FPOS.aspx>
5. http://mofpi.nic.in/sites/default/files/fpo_policy_process_guidelines_1_april_2013.pdf
6. एफपीओ पर नाबार्ड का पेपर; स्थिति और मुद्दे
7. नाबार्ड एफपीओ - अक्सर पूछे जाने वाले प्रश्न

अनुलग्नक 1:

एसएफपीसीएल के लिए प्रश्नावली

सहयात्री किसान उत्पादक कंपनी का अध्ययन (FPC)	
प्रश्नावली	
1	सामान्य जानकारी
	एफपीसी का नाम
	उत्पत्ति
	विधिक स्थिति (पंजीकरण की तिथि)
	स्थान
	टेलीफोन सं. एसटीडी कोड के साथ:
	निदेशक मंडल
	किसानों की संख्या
	फेडरेशन संरचना के अंतर्गत एफपीओ की संख्या
	फेडरेशन के एफपीओ का विवरण
	फैसिलिटेटर संगठन का नाम और संक्षिप्त विवरण
	उद्भव
2.	भूमि उपयोग पैटर्न
	एफपीओ सदस्यों द्वारा जोता हुआ कुल क्षेत्र
	इसमें से खुद की जमीन
	इसमें से पट्टे पर दी गई जमीन
	सिंचित भूमि
	सिंचन का स्रोत
	उगाई गई फसलें
3.	एफपीओ का बुनियादी ढांचा
	परिसंपत्तियों का विवरण
	परिसंपत्तियों का मूल्य
	स्वयं की इमारत
	संग्रह केंद्र
	परिवहन
	गोदाम

	प्रोसेसिंग प्लांट	
	टाई-अप	
	प्रभाग	
	प्रशिक्षण	
	मानव संसाधन	
4	एफपीओ द्वारा किसनों को प्रदान की गई सेवाएं	
	जानकारी प्रदान करना	
	क्या थोक खरीद का मूल्य लाभ हस्तांतरित किया जाता है	
	प्रौद्योगिकी प्रदान करना	
	क्या एफपीओ उत्पाद का सामूहिक विपणन कर रहा है	
	यदि हां, तो एफपीओ द्वारा विपणन उत्पाद की विधि	
	आम तौर पर बाजार के लिए अपनाए जाने वाले परिवहन के साधन	
	कुल उपज का विपणन (क़िटल)	
	प्रोक्यूरमेंट की लागत (रू. प्रति क़िटल)	
	विपणन लागत	
	ग्रेडिंग, सफ़ाई, बैगिंग	
	परिवहन	
	स्टोरेज	
	भुगतान किया गया कमिशन	
	अन्य	
	कुल	
	मूल्य वसूली	
	किसानों को दी गई कीमत	
	मार्जिन	
	एफपीओ द्वारा प्रदान की गई अन्य सेवाएं (उल्लेख करें)	
5	बैंक क्रेडिट	
	एफपीओ सदस्यों के लिए प्राप्त वित्त की सीमा	
	एफपीओ के लिए बैंक वित्त प्राप्त करने में चुनौतियां	

	उत्पादन ऋण, यदि कोई हो	
	निवेश ऋण	
	चुनौतियां और बाधाएं	
6	एफपीओ की वित्तीय स्थिति	
	(i) वार्षिक आय	
	(ii) वार्षिक व्यय	
	(iii) अधिशेष/घाटा	
	(iv) परिसंपत्तियों का कुल मूल्य	
	(v) निर्यात का कुल मूल्य	
	(vi) बाजार निर्यात	
	(vii) खुदरा बिक्री	
7	सफलता के लिए महत्वपूर्ण कारक	
	अवसर	
	चुनौतियां	
	ताकत (Strengths)	
	कमजोरी	
	देश भर में कैसे दोहराया जाएं	
	बैंकर की क्या भूमिका होगी	
	एफपीओ को किसानों के लिए कैसे फायदेमंद बनाएं	
	एफपीओ को किसानों के लिए कैसे फायदेमंद बनाएं — ऋण देने के लिए बैंकरों को अवसर	

अनुलग्नक 2: एसएफपीसीएल के उत्पाद: ताजे फल एवं सब्जियां



अनुलग्नक 3:

एसएफपीसीएल के उत्पाद:

फलों और सबजियों की इंडिविजुअली क्विक फ्रोजन (IQF) रेंज



FMCG Products



अनुलग्नक 4:

सहाद्री रिटेल स्टोर्स



अनुलग्नक 5: एसएफपीसीएल इंफ्रास्ट्रक्चर



अनुलग्नक 6: उत्पादक संगठन की विशेषताएं

1. उत्पादक संगठन के विभिन्न विधिक पहलू

उत्पादक संगठन (पीओ) के लिए कानूनी इकाई के रूप में काम करना बेहतर है, ताकि वह अन्य संस्थानों से धन जुटाने सहित कानूनी रूप से वैध अनुबंध कर सके। उत्पादक संगठन को निम्नलिखित कानूनी प्रावधानों में से किसी के तहत पंजीकृत किया जा सकता है:

ए) संबंधित राज्य का सहकारी समिति अधिनियम/स्वायत्त या पारस्परिक रूप से सहायता प्राप्त सहकारी समिति अधिनियम

बी) बहुराज्यीय सहकारी समिति अधिनियम, 2002

सी) भारतीय कंपनी अधिनियम, 1956 की धारा 581 (सी) के अंतर्गत 2013 में यथासंशोधित

डी) भारतीय कंपनी अधिनियम, 1956 की धारा 25, जैसाकि 2013 में धारा 8 के रूप में संशोधित किया गया इ)

सोसायटी पंजीकरण अधिनियम 1860 के तहत पंजीकृत सोसायटी,

एफ) भारतीय ट्रस्ट अधिनियम 1882 के तहत पंजीकृत सार्वजनिक ट्रस्ट

सहकारी समितियों और उत्पादक कंपनियों के रूप में पंजीकृत संस्थाओं में लाभांश के माध्यम से पीओ द्वारा अर्जित लाभ के बंटवारे के लिए कानूनी प्रावधान हैं। अन्य कानूनी फार्म में स्पष्ट रूप से लाभ साझा करने का प्रावधान नहीं है। हालांकि, पीओ सदस्यों से खरीदने वाले उत्पाद के लिए बेहतर मूल्य की पेशकश कर सकता है, इस प्रकार, बाद में लाभ होता है। इसी तरह, यह थोक में इनपुट/कच्चा माल खरीद सकता है और कम मार्जिन वाले सदस्यों को बेच सकता है। सभी कानूनी रूपों के तहत पीओ के लिए ऐसी गतिविधियों की अनुमति है। सहकारी समिति और उत्पादक कंपनी की महत्वपूर्ण विशेषताओं का तुलनात्मक चार्ट नीचे दिया गया है:

PARAMETER	COOPERATIVE SOCIETY	PRODUCER COMPANY
Registration	Cooperative Societies Act	Indian Companies Act
Objectives	Single object	Multi-object
Area of Operation	Restricted, discretionary	Entire Union of India

Membership	Individuals and cooperatives	Any individual, group, association, producer of goods or services
Share	Non tradable	Not tradable but transferable; limited to members at par value
Profit sharing	Limited dividends on shares	Commensurate with volume of business
Voting rights	One member, one vote, but Government and Registrar of Cooperatives hold veto power	One member, one vote. Members not having transactions with the company cannot vote
Government control	Highly patronized to the extent of interference	Minimal, limited to statutory requirements
Extent of Autonomy	Limited in "real world scenario"	Fully autonomous, self-ruled within the provisions of Act
Reserves	Created if there are profits	Mandatory to create every year
Borrowing power	Restricted as per bye-law. Any amendment to bye-law needs to be approved by the Registrar and time consuming.	Borrowing limit fixed by Special Resolution in general meeting. Companies have more freedom to raise borrowing power.
Relationship with other corporate / business houses / NGOs	Transaction based	Producers and corporate entity can together float a producer company.]

सदस्यता की न्यूनतम संख्या पीओ के कानूनी रूप पर निर्भर करती है। उदाहरण के लिए, 10 या अधिक प्राथमिक उत्पादक भारतीय कंपनी अधिनियम 1956 की धारा 581 (सी) के तहत एक निर्माता कंपनी को शामिल कर सकते हैं जैसाकि 2013 में संशोधित किया गया था। अधिकतम सदस्यता की संख्या पर कोई प्रतिबंध नहीं है। अध्ययनों से पता चला है कि एक पीओ को ब्रेक-ईवन स्तर हासिल करने के लिए धारणीय संचालन के लिए सदस्य के रूप में लगभग 700 से 1000 सक्रिय उत्पादकों की आवश्यकता होगी।

2. सदस्यों को लाभ

पीओ ऊपर सूचीबद्ध गतिविधियों के किसी भी/कई/सभी वचनों द्वारा अधिक आय प्राप्त करने में सदस्यों का समर्थन करेंगे। इनपुट की मांग को एकत्र करके, पीओ थोक खरीद कर सकता है, इस प्रकार व्यक्तिगत खरीद की तुलना में सस्ती कीमत पर खरीद कर सकता है। इसके अलावा, थोक में परिवहन करके, परिवहन की लागत कम हो जाती है, और उत्पादन की समग्र लागत को कम करती है। इसी प्रकार, पीओ थोक में सभी सदस्यों और बाजार के उत्पाद को एकत्रित कर सकता है, इस प्रकार, प्रति इकाई उपज का बेहतर मूल्य प्राप्त कर सकता है। पीओ उत्पादकों को बाजार संबंधी जानकारी भी प्रदान कर सकता है ताकि वे बाजार मूल्य अनुकूल होने तक अपनी उपज पर रोक लगा सकें। इन सभी हस्तक्षेपों से प्राथमिक उत्पादकों को अधिक आय होगी।

एक पीओ सरकारी सेवाओं जैसे सार्वजनिक वितरण प्रणाली, मनरेगा, छात्रवृत्ति और पेंशन आदि तक बेहतर पहुंच प्रदान करने के लिए एक मंच के रूप में भी काम कर सकता है। यह पेयजल, स्वच्छता, स्वास्थ्य और हाइजिन जैसे कार्यक्रमों के अभिसरण के लिए सरकारी विभागों के साथ संपर्क कर सकता है।

3. एक विशिष्ट प्रकार के पीओ के रूप में निर्माता कंपनी की विशेषताएं

एक निर्माता कंपनी प्रभावी है और आरओसी द्वारा दिए गए पंजीकरण प्रमाण पत्र में उल्लिखित तारीख से अस्तित्व में आती है। निर्माता कंपनी की न्यूनतम अधिकृत पूंजी 05 मिलियन रुपये और उत्पादक कंपनी के लिए न्यूनतम भुगतान पूंजी 01 मिलियन रुपये है। अधिकृत शेयर पूंजी एसोसिएशन के ज्ञापन में उल्लिखित वस्तुओं को पूरा करने के लिए पर्याप्त होनी चाहिए।

एक निर्माता कंपनी केवल अपने सदस्यों के माध्यम से कार्य कर सकती है। सदस्यता एक निर्माता कंपनी में शेयरों की खरीद के द्वारा प्राप्त की जाती है, और केवल प्राथमिक उत्पादक या निर्माता संगठन ही सदस्य बन सकते हैं। सदस्य सामान्य बैठकों के माध्यम से कंपनी पर अधिकार करते हैं। निर्माता कंपनी के मामले में जिसमें केवल व्यक्तिगत सदस्य या व्यक्तिगत सदस्यों और निर्माता संस्थानों का संयोजन शामिल है, तो मतदान अधिकार प्रति सदस्य एक वोट पर आधारित होगा। निर्माता कंपनी के मामले में केवल निर्माता संस्थान शामिल हैं, तो मतदान अधिकार पिछले वर्ष में निर्माता कंपनी के व्यवसाय में भागीदारी पर आधारित होंगे। निर्माता कंपनी मतदान के अधिकारों को केवल अपने सक्रिय सदस्यों तक ही सीमित कर सकती है, बशर्ते वह संस्था के अंतर्नियम द्वारा अधिकृत हो।

निदेशक मंडल सदस्यों द्वारा चुने जाते हैं और केवल बैठकों के माध्यम से सामूहिक रूप से कार्य करते हैं। निर्माता कंपनी में न्यूनतम 5 निदेशक और अधिकतम 15 निदेशक होते हैं। एक पदाधिकारी एक व्यक्ति होता है जिसे निर्माता कंपनी के दिन-प्रतिदिन के मामलों की देखभाल के लिए चुना/नियुक्त किया जाता है। पदाधिकारियों में मुख्य कार्यपालक पदाधिकारी (सीईओ), लेखाकार, गोदाम कीपर आदि शामिल हैं। कंपनी सभी पदाधिकारियों को वेतन देती है।

4. एक निर्माता कंपनी के फायदे

ए) एक निर्माता कंपनी एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी और एक सहकारी समिति के बीच एक हाइब्रिड है, इस प्रकार एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के पेशेवर प्रबंधन के लाभों के साथ-साथ एक सहकारी समिति से प्राप्त पारस्परिक लाभ ले रही है।

बी) एक निर्माता कंपनी का स्वामित्व और सदस्यता केवल "प्राथमिक उत्पादकों" या "उत्पादक संस्थानों" के पास होती है और सदस्य की इक्विटी का कारोबार नहीं किया जा सकता है। इसलिए, कोई भी कंपनी का अधिग्रहण नहीं कर सकता है या अपने संगठन के प्राथमिक उत्पादकों को वंचित नहीं कर सकता है।

सी) एक पीसी के लिए न्यूनतम प्रदत्त पूंजी रु. 0.1 मिलियन और न्यूनतम अधिकृत पूंजी रु. 0.5 मिलियन है। छोटी राशि जुटाना आसान है।

डी) पीसी बनाने के लिए आवश्यक न्यूनतम उत्पादकों की संख्या 10 है जबकि सदस्यों की अधिकतम संख्या की कोई सीमा नहीं है और व्यवहार्यता और आवश्यकता के अनुसार सदस्यता बढ़ाई जा सकती है।

इ) सदस्यों की देयता उनके द्वारा रखे गए शेयरों की अप्रदत्त राशि तक सीमित है, जिसका अर्थ है कि शेयरधारकों की व्यक्तिगत संपत्ति जोखिम में नहीं है यदि कंपनी को घाटा हो जाता है।

एफ) निर्माता कंपनियों में कोई सरकारी या निजी इक्विटी हिस्सेदारी नहीं हो सकती है, जिसका अर्थ है कि पीसी पब्लिक या पब्लिक लिमिटेड कंपनी नहीं बन सकती है। इसलिए, कंपनी के प्रोफेशनल कामकाज में कोई भी सरकार या अन्य कॉर्पोरेट का खतरा मौजूद नहीं है।

जी) एक पीसी के संचालन का क्षेत्र संपूर्ण देश है जो एक स्वतंत्र और प्रोफेशनल तरीके से विस्तार करने और व्यापार करने के लिए फेल्सिबिलिटी प्रदान करता है।

अनुलग्नक 7: एक वैश्विक फसल के रूप में अंगूर

1. अंगूर दुनिया की सबसे अधिक उत्पादित फल फसलों में से एक हैं, जिसमें हर साल लगभग 75 मिलियन टन का उत्पादन होता है। जबकि लगभग 50% अंगूर का उपयोग शराब बनाने के लिए किया जाता है, एक तिहाई ताजा फल के रूप में सेवन किया जाता है और बाकी को सूखा दिया जाता है, अंगूर के रस के रूप में सेवन किया जाता है या अंगूर की भुकड़ी के रूप में संग्रहीत किया जाता है।
2. अंगूर की खेती दुनिया भर में फैली हुई है, 2014 के अनुसार 7.5 मिलियन हेक्टेयर के अनुमानित सतह क्षेत्र के साथ, 100 विभिन्न देशों यह विस्तारित हैं। अंगूर दोनों ताजा और प्रसंस्कृत उत्पादों, जैसे शराब, जैम, ज्यूस, जेली, अंगूर के बीज का रस, सूखे अंगूर, सिरका और अंगूर के बीज के तेल के रूप में सेवन किया जाता है।
3. इन विभिन्न प्रसंस्कृत उत्पादों का कारण फल के अत्यधिक खराब होने के कारण होता है। अंगूर वास्तव में प्रौद्योगिकी के उच्चतम इनपुट (शीतलन, सल्फर, पैकिंग, कोल्ड स्टोरेज) और कार्यपद्धति (हैण्ड लेबर) के फलों में से एक है। इस कारण से, यह विश्व में उत्पादन के उच्चतम कुल मूल्य वाली फल फसल है।
4. 2014 में 75 करोड़ टन वैश्विक अंगूर उत्पादन में से 41 फीसद उत्पादन यूरोप में, 29 फीसद एशिया में और 21 फीसद अमेरिका में हुआ था। अप्रभावित अंगूरों की 81% (2014 में 26.8 मिलियन टन) तक ताजा अंगूर के रूप में खपत की जाती है। अंगूर की बहुमुखी प्रतिभा और वैश्विक अंगूर की फसल के आकार को देखते हुए यह स्पष्ट है कि अंगूर का बाजार वैश्विक खाद्य खपत में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
5. चिली, इटली और संयुक्त राज्य अमेरिका ताजा अंगूर के तीन सबसे बड़े विश्व निर्यातक हैं, जिसकी शिपिंग शिपिंग क्रमशः 732000, 448000 और 445000 टन हैं। एक साथ, ये तीनों देश कुल विश्व निर्यात का 40% कवर करते हैं। अमेरिका, नीदरलैंड, जर्मनी, चीन, रूस और ब्रिटेन अंगूर के सबसे बड़े आयातकों में से हैं।
6. तीन देश - चीन, भारत और तुर्की 50% से अधिक टेबल ग्रेप का उत्पादन करते हैं। कुल विश्व उत्पादन के 60% से अधिक एकाउंटिंग के अलावा, एशियाई देश भी टेबल ग्रेप की खपत में दुनिया का नेतृत्व करते हैं। यह मुख्य रूप से इस तथ्य के कारण है कि अंगूर एक नाजुक और अत्यधिक पेरिशेबल उत्पाद हैं और जहां उनका उत्पादन किया जाता है, उनके नज़दीक खपत होने की सबसे अधिक संभावना अधिक होती है।
7. भारत का उत्पादन 2000 से 2014 के बीच दोगुने से भी ज्यादा हो गया है, जो 128% बढ़कर करीब 2 करोड़ टन तक पहुंच गया है। विविधता के बावजूद, कुल उत्पादन का लगभग 80 प्रतिशत ताजा खपत की जाती है। दुनिया में सबसे ज्यादा उत्पादकता भारत की भी है, जिसमें औसतन 30 t/ha की पैदावार होती है। भारत ने 2014 में 1.8 मिलियन टन टेबल ग्रेप की खपत की, जो दुनिया की खपत का 7% है। भारत के शीर्ष 5 निर्यात स्थल नीदरलैंड (34%), रूस, ब्रिटेन, जर्मनी और संयुक्त अरब अमीरात हैं। (स्रोत: FAO-OIV Focus 2016)