ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ

ಸೀಮಾ ಪ್ರಭು ಎಸ್.

(ಎಂ.ಕಾಂ. ಎಂ.ಎ. (ಇಕಾನಾಮಿಕ್ಸ್) ಎಂ.ಫಿಲ್)

ಸಹಾಯಕ ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕಿ

ವಾಣಿಜ್ಯ ವಿಭಾಗ

ಕೆನರಾ ಕಾಲೇಜು

ಮಂಗಳೂರು, ದ.ಕ. – 575 003.

Edwise

Learn Wise

ಆವೃತ್ತಿ : 2022

ರೂ. 60 /-

Publishers : **EDWISE PUBLISHERS**
Airport Road,
Kunjathbail
Mangalore - 575 015
Mob.: 7483113097

Type Set : **EDWISE DIGITALS**
Mangalore - 575003

ಮುನ್ನುಡಿ

ಭಾರತವು ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ರಾಷ್ಟ್ರ. ಭಾರತದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಸಿಂಹ ಪಾಲು ಕೃಷಿರಂಗದ್ದೇ ಆಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಜನರು ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಕೃಷಿ ಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿಯು ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಜನರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿಯು ಮಾನವನ ಬದುಕಿಗೆ ಜೀವನಾಡಿ. ಮಾನವನ ಬದುಕಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾದ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಪೋಷಕಾಂಶಗಳು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ದೊರಕುತ್ತವೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆಗಮನದಿಂದ ಕೃಷಿ ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ವಿಸ್ತಾರಗೊಂಡಿದೆ. ತಾಂತ್ರಿಕ ಆವಿಷ್ಕಾರದಿಂದಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ವೇಗವನ್ನು ಕಂಡು ಕೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಔದ್ಯೋಗಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಣೆಯನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಪದವಿ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ 'ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ (ಅಗ್ರಿಕಲ್ಚರಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್)' ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಬೋಧನಾ ವಿಷಯವಾಗಿ ನೀಡಲು ಇದು ಕ್ಲಪ್ತ ಸಮಯವಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯನ್ನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಸ್ನೇಹಿ ವಿಷಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವುದು ಈ ಪಠ್ಯ ಪುಸ್ತಕದ ಉದ್ದೇಶ.

ಈ ಪುಸ್ತಕವು ಮೂರು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ: ಮೊದಲನೇಯದಾಗಿ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯವರೆಗೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ವಿಷಯದ ಸಂಕೀರ್ಣತೆಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗುವಂತೆ ಸರಳಗೊಳಿಸುವುದು.

ಈ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಿಕಲ್ಚರಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಎನ್ನುವ ಪದದ ಕುರಿತು ಕೆಲವು ವಿವರಣೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಬಯಸುತ್ತೇನೆ. ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಅನ್ನುವ ಪದಕ್ಕೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂದು ಕರೆಯುವುದು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ರೂಢಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಆದರೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅನ್ನುವ ಪದಕ್ಕೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬಹುಸಮ್ಮತವೂ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವೂ ಆಗಿರುವ ಏಕಪದವು ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿಲ್ಲ. ಹಿಂದಿ ಮತ್ತು ಮರಾಠಿ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕೃತದ ವಿಪಣನ ಎಂಬ ಪದವನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿದ ಲೇಖಕರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ವಿಕ್ರಯಶಾಸ್ತ್ರ ಎಂಬ ಪದಪುಂಜಗಳನ್ನು ಬಳಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವ ಪದವು ಕೇವಲ ಶಾಸ್ತ್ರವಾಗಿರದೇ ವ್ಯಾಪಾರ

ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಿವರಣೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಬೇಕಾದ ಮಹತ್ವದ ಪದವಾಗಿದೆ. ಶಾಸ್ತ್ರ ಎಂಬ ಪದವನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ವಿಕ್ರಯ ಪದವನ್ನು ಬಳಸಲಾದ ಪಠ್ಯಗಳೂ ಇವೆ. ಆದರೆ ವಿಕ್ರಯ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವ ಅರ್ಥವೂ ಬಹಳ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಇದು ಅರ್ಥವ್ಯತ್ಯಯಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಲೇಖಕರು ವಿಕ್ರಯಿಸುವಿಕೆ ಎನ್ನುವ ಪದವನ್ನು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಬಳಸಿರುವುದೂ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಇವೆಲ್ಲವುಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಮರ್ಪಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಧ್ವನಿಸುವ ಪದವನ್ನು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಬಳಕೆಗೆ ತರುವುದು ಪಠ್ಯ ಲೇಖಕರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಾನು ಭಾವಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಉತ್ಪಾದನಾ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪಡೆದು ಬಳಕೆದಾರನ ಕೈ ಸೇರುವವರೆಗಿನ ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವ ಏಕಪದವನ್ನು ಆಂಗ್ಲಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿಯೂ ಬಹುಸಮ್ಮತವಾಗಿಯೂ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದೊಂದು ಕೃದಂತ ಅಥವಾ ಕೃನ್ನಾಮವಾಗಿದ್ದು ನಾಮಪದವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಕ್ರಿಯಾಪದದ ರೂಪವಾಗಿದೆ.

ಆಂಗ್ಲ ಭಾಷೆಯ ಕೃದಂತವನ್ನು ಕನ್ನಡೀಕರಿಸುವಾಗ ಇಂಗ್ ಪ್ರತ್ಯಯಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಾಗಿ ಟ, ವಳಿ, ಇಗೆ, ಇಕೆ ಮುಂತಾದ ಕೃತ್ ಪ್ರತ್ಯಯಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸೆಲ್ಲಿಂಗ್ – ಮಾರಾಟ, ಟಿಲ್ಲಿಂಗ್ – ಸಾಗುವಳಿ, ಫಿಶಿಂಗ್ – ಮೀನುಗಾರಿಕೆ, ಸಪ್ಲಾಯಿಂಗ್ – ಪೂರೈಕೆ, ಬುಕಿಂಗ್ – ಕಾದಿರಿಸುವಿಕೆ ಇತ್ಯಾದಿ.

ವಿಕ್ರಯ ಪದವು ಈಗಾಗಲೇ ವಿಕ್ರಯ ಶಾಸ್ತ್ರ ಎಂಬ ಪದಪುಂಜದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ, ಅದನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಇಕೆ ಪ್ರತ್ಯಯವನ್ನು ಜೋಡಿಸಿ, ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಎನ್ನುವ ಪದವನ್ನು ಹೊಸದಾಗಿ ಟಂಕಿಸುವ ಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದೇನೆ. ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಪದವು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪದದ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವೂ, ಅನುಕೂಲಕರವೂ, ಸಮರ್ಪಕವೂ ಆಗಿ ಧ್ವನಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಪ್ರಾಜ್ಞರು ತೆರೆದ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದ ಸ್ವಾಗತಿಸಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವರೆಂಬ ನಂಬಿಕೆ ನನಗಿದೆ.

ಈ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು 4 ಘಟಕಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿ, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಘಟಕವು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ, ಅಧ್ಯಾಪಕರನ್ನು ಮತ್ತು ವಿಷಯವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ವಿಷಯವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸರಳ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರತಿ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಅಭ್ಯಾಸಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ವಿಷಯವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಸುಸಂಬದ್ಧವಾದ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ,

ಲೇಖಕರ ಕುರಿತು

ಸೀಮಾ ಪ್ರಭು ಎಸ್. (ಎಂ.ಕಾಂ, ಎಂ.ಎ. (ಇಕನಾಮಿಕ್ಸ್), ಎಮ್.ಫಿಲ್)

ತಮ್ಮ ಹತ್ತೊಂಬತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಸುಧೀರ್ಘ ಶಿಕ್ಷಕ ವೃತ್ತಿಯ ಅನುಭವದಿಂದ ಶ್ರೀಮತಿ ಸೀಮಾ ಪ್ರಭು ಎಸ್. ಅವರು ಯುವ ಮನಸ್ಸುಗಳನ್ನು ಕಲಿಕೆಯತ್ತ ಕೇಂದ್ರಿಕರಿಸುವ ವಿನೂತನ ಕಲಿಕಾ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದ ಒಳ ನೋಟಗಳು ಪ್ರಸಕ್ತ 'ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ' ಪಠ್ಯ ಪುಸ್ತಕ ವನ್ನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಸ್ನೇಹಿ ವಿವರಣಾ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ರಚಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ನಾತ್ತಕೋತ್ತರ ಪದವಿ ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಎಮ್.ಫಿಲ್. ಪದವಿ ಪಡೆದಿರುವ ಶ್ರೀಮತಿ ಸೀಮಾರವರು ಸಂಶೋಧನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ. 50ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಜರ್ನಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿದ್ದಾರೆ ಹಾಗೂ "ಉತ್ತಮ ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನ" ಪ್ರಶಸ್ತಿಯನ್ನೂ ಪಡೆದಿದ್ದಾರೆ.

ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಅನುದಾನ ಆಯೋಗದಿಂದ ಅನುದಾನಿತ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನಾ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಮಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟ ಕಾಲೇಜು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗಾಗಿ ಕಾಸ್ಟ್ ಆಂಡ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್ ಮೆಂಟ್ ಅಕೌಂಟಿಂಗ್, ಇ– ಕಾಮರ್ಸ್, ಅಗ್ರಿಕಲ್ಚರಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂಬ ಆಂಗ್ಲ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕಗಳ ಲೇಖಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ. 2010 ರಿಂದ ಕೆನರಾ ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲಿ ಆಯೋಜಿಸಲಾದ ಹಲವು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಿಚಾರ ಸಂಕಿರಣ ನಡಾವಳಿಗಳ ಪ್ರಕಾಶನದಲ್ಲಿ ಸಂಪಾದಕಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ತಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಯ ಆರಂಭಿಕ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಕಳದ ಶ್ರೀ ವೆಂಕಟರಮಣ ಮಹಿಳಾ ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಸೇವೆಯ ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೆನರಾ ಕಾಲೇಜು, ಮಂಗಳೂರು ಇಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯಶಾಸ್ತ್ರ ಸಹಾಯಕ ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕಿಯಾಗಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

2018–19ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ಬಿ.ಕಾಂ. ಪಠ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆ ಆದ್ಧಾರಿತ ಮೌಲ್ಯಾಂಕ ಪದ್ದತಿ (ಸಿ.ಬಿ.ಸಿ.ಎಸ್) ಯಲ್ಲಿ ಕಾಸ್ಟ್ ಆಂಡ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಅಕೌಂಟಿಂಗ್ ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಪೋರೇಟ್ ಸೆಕ್ರೆಟರಿಶಿಪ್ ಬೋಧನಾ ವಿಷಯದ ಕರಡನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಮಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಅಧ್ಯಯನ ಮಂಡಳಿಯ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಆಹ್ವಾನಿತರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ಮಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ಬಿ.ಕಾಂ.ನ ಬಿಸಿನೆಸ್ ಟ್ಯಾಕ್ಸೇಶನ್ –4 (ಜಿ ಎಸ್ ಟಿ) ಮತ್ತು ಮೋಡರ್ನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ ಪರಾಮರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಕರ್ತವ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಿರುವುದಲ್ಲದೆ ಸ್ಕೂಲ್ ಆಫ್ ಸೋಷಿಯಲ್ ವರ್ಕ್, (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ರೋಶನಿ ನಿಲಯ, ಮಂಗಳೂರು ಇದರ ಬಿ.ಎ. ಕೋರ್ಸ್ ನ ಎಂಟ್ರಪ್ರಿನೋರಿಯಲ್ ಡೆವೆಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ವಿಷಯದ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ ಪರಾಮರ್ಶನೆಗಳಲ್ಲೂ ಭಾಗವಹಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಇದರಿಂದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಕಲಿಯಲು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಪಠ್ಯ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ರಚಿಸುವಾಗ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಹಲವಾರು ಪ್ರಮಾಣಿತ ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು, ಹಾಗೂ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿನ ಲೇಖನಗಳ ನೆರವನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದೇನೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ವಿಷಯ ಸ್ರೋತಗಳ ಲೇಖಕರಿಗೆ ನಾನು ಚಿರಋಣಿಯಾಗಿದ್ದೇನೆ.

ನನ್ನ ಶಿಕ್ಷಕರು, ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮತ್ತು ಹಿತೈಷಿಗಳಿಂದ ನಾನು ಪಡೆದ ನಿರಂತರ ಬೆಂಬಲ ಈ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಬರೆಯಲು ಪ್ರೇರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಮಂಗಳೂರಿನ ಅತ್ಯಂತ ಅನುಭವಿ ಪ್ರಕಾಶಕರು ಪ್ರಕಟಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ವಿಶಿಷ್ಟ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಕೈಗೆಟಕುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೊರತಂದಿರುವ ಪ್ರಕಾಶಕರಿಗೆ ನಾನು ಹೃತ್ಪೂರ್ವಕ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಅರ್ಪಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಈ ಪುಸ್ತಕದ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ನಾನು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಕೃತಜ್ಞತೆಯಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಮಂಗಳೂರು **ಸೀಮಾ ಪ್ರಭು ಎಸ್.**

2022.

ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ

ಘಟಕ 1– ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ 6 ಘಂಟೆಗಳು

ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಸುಧಾರಣೆಯ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು, ವಿತರಣಾ ವಾಹಕಗಳು, ವಾಹಕಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಅಂಶಗಳು, ಸಗಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು/ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಕಾರಣಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಿಸುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಕಿರು ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ.

ಘಟಕ 2– ಗ್ರಾಹಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿತರಣಾ ವಾಹಕಗಳು 6 ಘಂಟೆಗಳು

ಸಗಟು ವಿತರಣಾ ವಾಹಕ, ಸಗಟು ವಿತರಣಾ ವಾಹಕದ ಬಳಕೆಗೆ ಕಾರಣಗಳು, ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ನೇರ ಮಾರಾಟ, ನೇರ ಉಪಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ, ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿತರಣಾ ವಾಹಕ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ಮಹಾಮಳಿಗೆಗಳು (ಸೂಪರ್ ಮಾರ್ಕೆಟ್), ಸರಣಿ ಮಳಿಗೆಗಳು, ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸರಣಿಗಳು, ಗುತ್ತಿಗೆ ಬೇಸಾಯ (ಒಡಂಬಡಿಕೆಯ / ಕರಾರು ವ್ಯವಸಾಯ))

ಘಟಕ 3– ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ– ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ 4 ಘಂಟೆಗಳು

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು (ಕ್ರಮಬದ್ಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು), ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅನುಕೂಲತೆಗಳು, ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಕೊರತೆಗಳು.

ಘಟಕ 4– ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ 8 ಘಂಟೆಗಳು

ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ, ಉದ್ದೇಶಗಳು , ಸಹಕಾರಿ ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘಗಳ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿರುವ ಷರತ್ತುಗಳು, ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘದ ವಿಧಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ರಂಗದ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸಂರಚನೆ, ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಹಕಾರಿಗಳು ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿಧಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ಅನುಕೂಲತೆಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ಕೊರತೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘಗಳ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಸಲಹೆಗಳು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘಗಳ ಪ್ರಗತಿ/ ಕಾರ್ಯವಿಮರ್ಶೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕಾ ಸಂಘಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು.

ಪರಿವಿಡಿ

ಘಟಕ 1– ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ	1–20
ಘಟಕ 2– ಗ್ರಾಹಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿತರಣಾ ವಾಹಕಗಳು	21–38
ಘಟಕ 3– ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ– ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ	39–47
ಘಟಕ 4– ಸಹಕಾರಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ	48–69

ಘಟಕ ೧
ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ

(**ಪರಿವಿಡಿ**: ಪೀಠಿಕೆ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ, ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಕ್ರಯಿಕೆ ಸುಧಾರಣೆಯ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು, ವಿತರಣಾ ವಾಹಕಗಳು, ವಾಹಕಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಅಂಶಗಳು, ಸಗಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕೆಲಸಕಾರ್ಯಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು/ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಕಾರಣಗಳು, ಕೇಂದ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಿಸುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಕಿರು ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ)

ಪೀಠಿಕೆ

ಭಾರತವು ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ರಾಷ್ಟ್ರ. ಭಾರತದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಸಿಂಹ ಪಾಲು ಕೃಷಿರಂಗದ್ದೇ ಆಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಜನರು ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಕೃಷಿ ಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿಯು ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಜನರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಮೂಲತಃ ಕೃಷಿಪ್ರಧಾನ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ. ಕೃಷಿಯು ಮಾನವನ ಬದುಕಿಗೆ ಜೀವನಾಡಿ. ಮಾನವನ ಬದುಕಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾದ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಪೋಷಕಾಂಶಗಳು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ದೊರಕುತ್ತವೆ.

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೃಷಿಯೆಂಬ ಕಲೆಯ ಬಳುವಳಿಯೆಂದೇ ಹೇಳಬಹುದು. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ, ಕೃಷಿಕರು ಭೂಮಿಯನ್ನು ಉತ್ತು ಬಿತ್ತಿ ಬೆಳೆಯುವ ದವಸ ಧಾನ್ಯಗಳು, ತರಕಾರಿ, ಹಣ್ಣು ಹಂಪಲುಗಳೇ ಮೊದಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೆಂದು ಕರೆಯಬಹುದು. ಸ್ಥೂಲವಾದ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಹೈನುಗಾರಿಕೆ, ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ, ಹಂದಿ ಸಾಕಣೆ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಕೂಡ ಒಳಗೊಂಡು ಹಾಲು, ಬೆಣ್ಣೆ, ಚೀಸ್, ಮೊಟ್ಟೆ, ಮಾಂಸ ಇತ್ಯಾದಿಗಳೂ ಕೂಡ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುತ್ತವೆ.

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೆಂದು ಎರಡು ವಿಧವಾಗಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು.

ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು: ಹಲವಾರು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನಾಗಿ ಬಳಸಿ ಸಿದ್ಧವಸ್ತುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ನೂಲುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಹತ್ತಿ, ಸೆಣಬು, ಬೇಕರಿಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಬೆಣ್ಣೆ, ಮೊಟ್ಟೆ, ಉಪ್ಪಿನಕಾಯಿ ತಯಾರಿಸಲು ಬಳಸುವ ತರಕಾರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಜ್ಯಾಮ್ ಅಥವಾ ಕ್ಯಾನಿಂಗ್ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಹಣ್ಣು ಹಂಪಲುಗಳು, ಹಿಟ್ಟಿನ ಗಿರಣಿಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಗೋಧಿ, ಅಕ್ಕಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೆಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುತ್ತವೆ.

ತೋಟ, ಹೊಲಗದ್ದೆಗಳಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬರುವ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು **ಗ್ರಾಹಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ**ಗಳೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಎಲ್ಲಾ ತರದ ದವಸ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಹೈನು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಕೋಳಿ–ಮೊಟ್ಟೆ ಇತ್ಯಾದಿ, ತರಕಾರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಹಣ್ಣುಗಳು.

ಅನೇಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಯಾವ ಬಳಕೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತವೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಮೇಲಿನ ಎರಡೂ ವರ್ಗಕ್ಕೂ ಸೇರಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ವರ್ಗೀಕರಣವು ಸ್ಥಿರವಾದ ವರ್ಗೀಕರಣವಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಹಣ್ಣುಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವನೆಗೋಸ್ಕರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಒದಗಿಸಿದರೆ ಅವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೆಂದೂ, ಜ್ಯಾಮ್ ಅಥವಾ ಕ್ಯಾನಿಂಗ್ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನಾಗಿ ಬಳಸಲು ಒದಗಿಸಿದರೆ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೆಂದೂ ಕರೆಯಬಹುದು.

ಇನ್ನೊಂದು ಉತ್ತಮ ಉದಾಹರಣೆಯೆಂದರೆ ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ. ಮನೆಬಳಕೆಗೆ ತೆಂಗಿನಕಾಯಿಯನ್ನು ಬಳಸಿದಲ್ಲಿ ಅದು ಗ್ರಾಹಕ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ತೆಂಗಿನ ಎಣ್ಣೆಯನ್ನು ತಯಾರಿಸುವ ಗಾಣದ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಅದು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ವಿಕ್ರಯಿಕೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗುವ ಉತ್ಪಾದಕರು ಅನೇಕ ತೊಡಕುಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳೇ ಈ ತೊಡಕುಗಳಿಗೆ ಕಾರಣ.