

राष्ट्रीय कृषी बाजार (ई-नाम) योजनेची महाराष्ट्रातील अंमलबजावणी आणि कार्याचे विश्लेषण

प्रा. डॉ. वंदना विठ्ठल पिंपळे¹, संतोष शांताराम तापकीर²

¹वाणिज्य विभाग प्रमुख, पुणे जिल्हा शिक्षण मंडळाचे बाबूरावजी घोलप कॉलेज, सांगवी, पुणे

²संशोधक विद्यार्थी, पुणे जिल्हा शिक्षण मंडळाचे बाबूरावजी घोलप कॉलेज, सांगवी, पुणे

विद्यापीठ : सावित्रीबाई फुले पुणे विद्यापीठ

Corresponding Author – प्रा. डॉ. वंदना विठ्ठल पिंपळे

DOI - 10.5281/zenodo.17971040

गोष्टवारा (Abstract):

राष्ट्रीय कृषी बाजार (ई-नाम) योजना ही भारत सरकारची एक क्रांतिकारी डिजिटल यंत्रणा आहे, जी कृषी उत्पन्न बाजार समित्यांचे (APMC) डिजिटलीकरण करून पारदर्शक, स्पर्धात्मक व शेतकऱ्यांसाठी लाभदायक बाजार व्यवस्था निर्माण करण्याच्या उद्देशाने सुरू करण्यात आली आहे. सध्याचे जग हे आधुनिक आणि तंत्रज्ञानावर आधारित आहे, त्यामुळे दररोज नव-नवीन तंत्रज्ञानाचा शोध लागत आहे. अश्याच स्वरूपाच्या आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करून शेती विकसित व्हावी यासाठी भारत सरकारने राष्ट्रीय कृषी बाजार ही योजना आणली. महाराष्ट्रासारख्या कृषिप्रधान राज्यात या योजनेची अंमलबजावणी कशी झाली, त्यातून शेतकऱ्यांना काय फायदे वा अडचणी भोगाव्या लागल्या, हे या लेखात सविस्तर विश्लेषित केले आहे.

मुख्य शब्द (Keywords) : राष्ट्रीय कृषी बाजार, शेतमाल विपणन, शेतकरी, संगणकीय विपणन, एक देश एक बाजार, कृषी उत्पन्न बाजार समिती.

प्रस्तावना (Introduction):

भारतातील कृषी क्षेत्र अनेक वर्षांपासून अनियंत्रित बाजारपेठा, दलालांचे वर्चस्व, कमी बाजारभाव, माहितीचा अभाव यामुळे त्रस्त आहे. यावर उपाय म्हणून २०१६ मध्ये भारत सरकारने ई-नाम (e-NAM: Electronic National Agriculture Market) ही योजना सुरू केली. या योजनेद्वारे देशभरातील APMC बाजारपेठांना एकच डिजिटल प्लॅटफॉर्मवर आणण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे.

भारतातील इलेक्ट्रॉनिक राष्ट्रीय कृषी बाजार (e-NAM) योजना अनेक महत्त्वाचे फायदे देते,

कोणत्या मालास कुठे किती किंमत आहे, मध्यस्थांचा प्रभाव कमी करणे आणि शेतकऱ्यांसाठी सुधारित बाजारपेठ प्रवेश यांचा समावेश आहे. शेतकऱ्यांना थेट खरेदीदारांशी जोडून, ई नाम चांगल्या किमतीचा शोध सक्षम करते, व्यवहार खर्च कमी करते आणि निष्पक्ष व्यापाराला प्रोत्साहन देते. शीतगृह आणि वाहतूक सारख्या पायाभूत सुविधांच्या विकासास देखील समर्थन देते, कंत्राटी शेतीला प्रोत्साहन देते. आणि शेतकऱ्यांना माहितीपूर्ण निर्णय घेण्यासाठी वेळेवर बाजारपेठ माहिती प्रदान करते. याव्यतिरिक्त, हे व्यासपीठ अनेक कृषी उत्पन्न बाजार समित्या (APMC) एकत्रित करते, एक

एकीकृत राष्ट्रीय बाजारपेठ तयार करते आणि शेतकऱ्यांचे उत्पन्न आणि बाजार कार्यक्षमता सुधारून ग्रामीण अर्थव्यवस्थेच्या वाढीस हातभार लावते, अनेक मंड्यांना जोडते आणि भागधारकांसंबंधी महत्त्वपूर्ण डेटासह तपशीलवार व्यापार माहिती प्रदान करते. याव्यतिरिक्त हे व्यासपीठ वाहतूक, गोदाम,, कृषी सल्लागार, वर्गीकरण, श्रेणीकरण, बाजार माहिती आणि कृषी इनपुटमध्ये प्रवेश यासारख्या सुविधा प्रदान करते.

महाराष्ट्र राज्यात जवळपास ३०० पेक्षा जास्त APMC मार्केट्स आहेत. या राज्यात कृषी क्षेत्राला नवसंजीवनी देण्याच्या उद्देशाने ई-नामची अंमलबजावणी सुरू करण्यात आली. या संशोधन लेखात आपण ई-नामची महाराष्ट्रातील सद्यस्थिती, योजनेची रूपरेषा, तसेच अंमलबजावणीतील अडचणी आणि त्यावर उपाय यांचे विश्लेषण पाहणार आहोत.

संशोधनाची उद्दिष्टे:

१. महाराष्ट्रातील ई नाम योजनेची अंमलबजावणी कशी होत आहे हे विश्लेषित करणे.
२. शेतकरी अधिक उत्पन्न मिळवतात का आणि बोली पद्धतीत पारदर्शकता वाढते का याचा आर्थिक परिणाम तपासणे.
३. बाजार समिति अधिकारी, व्यापारी व शेतकरी या सर्व हितधारकांशी संवाद करून काही अडचणी आणि समस्या समजून घेणे.

संशोधनाची गृहीतक:

१. राष्ट्रीय कृषी बाजार योजनेची महाराष्ट्रात योग्य अंमलबजावणी झाली आहे.

संशोधन पद्धती :

या संशोधनात प्राथमिक व द्वितीय माहिती संकलित केली आहे. सर्वेक्षण, मुलाखती, शासकीय अहवाल, संशोधन पत्रे आणि वर्तमानपत्रातील माहितीचा आधार घेण्यात आला आहे.

संशोधनाच्या मर्यादा (Limitations):

१. ई नाम ही संपूर्ण भारतात राबविण्यात आलेली योजना असून, प्रस्तुत लेखात फक्त महाराष्ट्रातील काही प्रमुख बाजार समित्यांचाच अभ्यास करण्यात आलेला आहे.
२. संशोधन कार्यात फक्त डिजिटल विपणन पद्धतीचाच अभ्यास करण्यात आला असून, पारंपरिक विपणन पद्धतीचा अभ्यास करण्यात आलेला नाही.
३. प्रस्तुत संशोधनासाठी २०१६ ते २०२५ या कालावधीचाच अभ्यास करण्यात आला आहे, त्यामुळे अल्पकालावधीतील आकडेवारी व माहिती अभ्यासण्यात आली आहे.

ई-नाम योजनेची रूपरेषा (Overview of e-NAM Scheme):

- **सुरुवात:** १४ एप्रिल २०१६
- **उद्दिष्ट:** शेतकऱ्यांना बाजारभावाबाबत पारदर्शक माहिती देणे, स्पर्धात्मक बाजार निर्माण करणे, APMC चे डिजिटलीकरण करणे.
- **अंमलबजावणी संस्था:** Small Farmers Agribusiness Consortium (SFAC)
- **प्रणाली:** ऑनलाइन ट्रेडिंग प्लॅटफॉर्म, जिथे खरेदीदार आणि विक्रेते थेट व्यवहार करू शकतात.

- फायदे:

- पारदर्शक व्यवहार
- कमी दलाल हस्तक्षेप
- दरांचे तुलनात्मक मूल्यांकन
- जलद पेमेंट प्रणाली

राष्ट्रीय कृषी बाजार योजनेची संबंधित भागधारक :

ई-नामवरील नोंदणीकृत भागधारक संख्या तीव्र वेगाने वाढत आहे; विशेषतः कृषी उत्पादक संघटना, व्यापारी वर्ग व शेतकरी संख्येबाबत स्थितीत उत्कर्ष दिसतो. या वाढीचा परिणाम माहिती-आधारित बोली, पारदर्शक व्यवहार, आणि उपयोगकर्ता-अधिष्ठित व्यवस्थानात अपेक्षित विकासात होत आहे. या वाढीमुळे पुढील काळात शेतकऱ्यांना अधिक दर्जेदार मोबदला मिळण्याची, व्यापारी वर्गाला अधिक जागतिक संधी मिळण्याची, आणि देशातील कृषी-बाजार संरचनेला गतिशील आणि टिकाऊ रूप मिळण्याची स्पष्ट क्षमता आहे. ई नाम अंतर्गत नोंदणीकृत भागधारकांची माहिती पुढीलप्रमाणे.

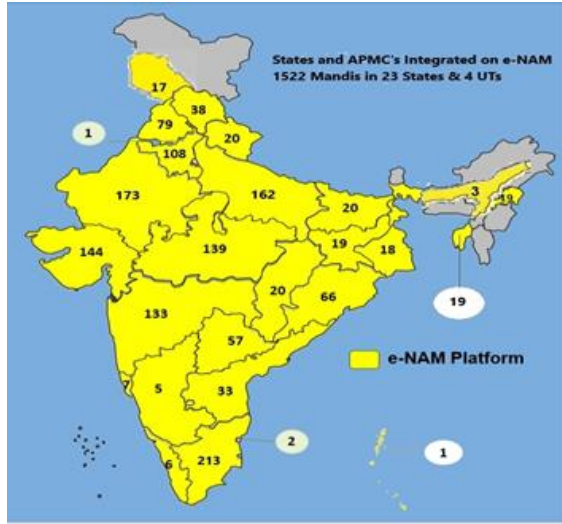
- जून २०२५ पर्यंत १.७९ कोटी शेतकरी ई नाम यंत्रणेवर नोंदणीकृत आहेत
- कृषी-उत्पादन संघटना रूपात (पूर्वी FPO) म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या जवळपास ४,५१८ संघटना ई नाम मध्ये समाविष्ट झाल्या आहेत
- व्यापारी वर्ग (बोलिका व क्रेता-विक्रेता)ची संख्या २,६७,७१९ इतकी आहे आणि कमिशन एजंट जवळपास १,१६,०४२ नोंदणीकृत आहेत.

- दर्जा परीक्षण, वाहतूक, डिजिटल पेमेंट सारख्या सेवा पुरवणाऱ्यांची संख्या साधारण ७० ते ८० च्या आसपास असून, ही नवीन डिजिटल भागधारकांची ओळख आहे.

राष्ट्रीय कृषी बाजार हे व्यासपीठ आता केवळ मंडी-पोर्टल नव्हे, तर दर्जा-उत्कृष्टता, डिजिटल पेमेंट, रेल्वे व दुर्गम भागातील लॉजिस्टिक सेवा यांचा समन्वय करणारे एक व्यापक कृषी व्यापार नेटवर्क बनले आहे. ई -नाम मध्ये नोंदणीकृत भागधारकांची संख्या सातत्याने वाढत असून त्यात शेतकरी, संघटना व सेवा-प्रदाता सगळीकडे भाग घेऊ लागले आहेत. तथापि, आंतरराज्य व्यापारी व्यवहाराची मर्यादा आणि गुणवत्ता-विषयक विश्वास हे आघाड्याने परावृत्त करतात. सध्याच्या भागधारक संसाधने अधिक समावेशक, पारदर्शक व प्रशिक्षणयुक्त केल्यास, ई नाम भविष्यात एक धोरणात्मक आणि टिकाऊ कृषी व्यापार व्यासपीठ म्हणून उभे राहू शकते.

तक्ता क्र १ : राष्ट्रीय कृषी बाजार योजनेची संबंधित भागधारक

राज्य	२७
व्यापारी	२,६७,७१९
कमिशन एजंट्स	१,१६,०४२
सेवा प्रदाता	७९
एफपीओ	४,५१८
शेतकरी	१,७९,४१,६१३
एकूण	१,८३,२९,९७९

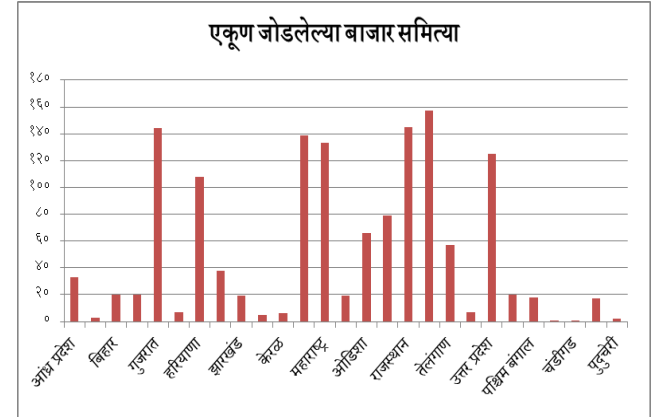


तक्ता क्र २ : राज्यनिहाय ऑनलाईन पद्धतीने व्यवहार
करणाऱ्या बाजार समित्या

राज्य / केंद्रशासित प्रदेश	एकूण जोडलेल्या मंड्या
आंध्र प्रदेश	३३
आसाम	३
बिहार	२०
छत्तीसगड	२०
गुजरात	१४४
गोवा	७
हरियाणा	१०८
हिमाचल प्रदेश	३८
झारखंड	१९
कर्नाटक	५
केरळ	६
मध्य प्रदेश	१३९
महाराष्ट्र	१३३
नागालॅंड	१९
ओडिशा	६६
पंजाब	७९
राजस्थान	१४५
तमिळनाडू	१५७
तेलंगाणा	५७
त्रिपुरा	७
उत्तर प्रदेश	१२५
उत्तराखंड	२०
पश्चिम बंगाल	१८
एकूण—२७ राज्य	१३८९ मंड्या
केंद्रशासित प्रदेश	

अंदमान व निकोबार	१
चंडीगड	१
जम्मू व काश्मीर	१७
पुदुचेरी	२
एकूण—४ संघशासित प्रदेश	२१ मंड्या
भारतभर एकूण	१३८९ मंड्या

स्रोत:- www.enam.gov.in



ई नाम योजनेमार्फत शेतकऱ्यांना आपला शेतमाल
विक्री करण्यासाठी पुढील प्रक्रिया पूर्ण करावी लागते.

नोंदणी :

शेतकऱ्यांना ई-नाम प्रणालीत विक्रेता म्हणून
सहभागी होण्यासाठी नोंदणी करावी लागते.

आवश्यक कागदपत्रे:

- आधार ओळखपत्र
- बँकेचे पासबुक किंवा रद्द केलेला धनादेश
- शेतजमिनीचे किंवा पीकाचे पुरावे
- मोबाईल क्रमांक (आधारशी संलग्न)

नोंदणी कुठे करावी?

- जवळच्या बाजार समितीमध्ये जाऊन
- ई-नाम केंद्रावर
- मोबाईल ॲप किंवा संगणकाच्या माध्यमातूनही नोंदणी करता येते

नोंदणी केल्यानंतर तुम्हाला एक ओळख क्रमांक दिला जातो जो पुढील व्यवहारासाठी वापरला जातो.

शेतमाल मंडीत आणणे:

नोंदणी केल्यानंतर तुम्ही शेतमाल बाजार समितीत आणू शकता.

प्रक्रिया:

- शेतमाल मंडीत आणल्यानंतर त्याची नोंद होते
- प्रत्येक मालाला एक ओळख क्रमांक (लॉट क्रमांक) दिला जातो
- वजन, जाती, आणि मालाचा प्रकार नमूद केला जातो

दर्जा तपासणी (गुणवत्ता चाचणी):

शेतमालाची गुणवत्ता तपासण्यासाठी प्रयोगशाळेत नमुना पाठवला जातो. तपासणीत खालील गोष्टी तपासल्या जातात:

- ओलसरपणा
- रंग
- दाण्याचा आकार
- अपद्रव्यांची मात्रा इत्यादी

ही माहिती शेतकऱ्याच्या खात्यात नोंदवली जाते.

बोली प्रक्रिया (विक्री):

दर्जानुसार माल विक्रीसाठी उपलब्ध होतो. बाजार समितीत व्यापारी शेतमालासाठी बोली लावतात.

- सर्वात जास्त किंमत लावणाऱ्यास माल विकला जातो
- शेतकऱ्याने बोली स्वीकारल्यानंतर व्यवहार निश्चित होतो

पैसे मिळणे:

- व्यवहार निश्चित झाल्यानंतर काही तासांत शेतकऱ्याच्या बँक खात्यावर पैसे जमा होतात
- या व्यवहाराची माहिती शेतकऱ्याला संदेश किंवा पावतीद्वारे मिळते

मालाची ने-आण:

- माल विकल्यानंतर खरेदीदार त्याची वाहतूक करतो
- काही बाजार समित्यांमध्ये वाहतूक सुविधा उपलब्ध असते

महाराष्ट्रातील ई-नामची अंमलबजावणी:

1. प्रारंभिक टप्पा: महाराष्ट्रात ई-नाम योजना २०१६ पासून लागू करण्यात आली. प्रारंभी फक्त काही APMC बाजारपेठा या योजनेत सहभागी झाल्या.

2. सध्याची स्थिती: शेतमालाच्या खरेदी-विक्रीसाठी केंद्र शासनाच्या कृषि व शेतकरी कल्याण विभागा मार्फत राष्ट्रीय कृषि बाजार (ई-नाम) कार्यान्वित केले आहे. ई-नामचे कामकाज ई-ट्रेडिंग प्लॅटफॉर्म द्वारे सुरु आहे. केंद्र शासनाकडून बाजार समित्यांना सॉफ्टवेअर, प्रशिक्षण व सेवा विनामूल्य देण्यात येत असून संगणक व ग्रेडिंग सामुग्री खरेदीसाठी प्रति बाजार समिती रु.३०/- लाख अनुदान देण्यात येते. राज्यातील ११८ बाजार समित्या ई-नामला तीन टप्प्यात जोडण्यात आल्या आहेत. या बाजार समित्यांमध्ये ऑनलाईन गेट एन्ट्री, असेईंग, ई-ऑक्शन व ई-पेमेंट बाबतचे काम सुरु झाले आहे. नव्याने १५ बाजार समित्या ई-नामला जोडणे बाबत कार्यवाही सुरु आहे. या प्रमाणे राज्यातील एकूण १३३ बाजार समित्या ई-नामला जोडल्या आहेत. देशातील एकूण १३८९ बाजार समित्यांचा समावेश ई-नाममध्ये करण्यात आला आहे.

ई-नाम योजनेतील ११८ बाजार समित्यांची राज्यातील सद्यस्थिती- (सप्टेंबर २०१७ ते ३१ मार्च २०२४ पर्यंत):

- ११८ बाजार समित्यांमध्ये ई-ऑक्शन सुरु. एकूण लाख किं. ४२५, किंमत रु. १५३२९/- कोटी.
- शेतमालाची गुणवत्ता तपासणीसाठी ११८ बाजार समित्यांमध्ये असेईंग लंब कार्यान्वित.
- ११० बाजार समित्यांमध्ये असेईंग सुरु, एकूण १५.१५ लाख लॉटस् चे असेईंग.
- ७८ बाजार समित्यांमध्ये ई-पेमेंट सुरु एकूण रक्कम रु. ४११/- कोटी.
- शेतकरी नोंदणी - १२.२७ लाख, खरेदीदार (व्यापारी) नोंदणी २२,२७४, आडते नोंदणी - १७,८०९, एफ.पी. ओ नोंदणी- ३२३
- इंटर मंडी ट्रेड २.६६ लाख किंवटल, किंमत १४०.८७ कोटी
- इंटर स्टेट ट्रेड- १.५० लाख किंवटल, किंमत रु. ३२.२३/- कोटी
- एफ.पी.ओ. ट्रेड- १२ एफ.पी.ओ., ८३८६ किं., किंमत - रु. ३.८०/- कोटी

तांत्रिक अंमलबजावणी:

- ई-नाम प्लॅटफॉर्मसाठी लागणारी इंटरनेट सेवा, संगणक, डिजिटल तोलकाटे, वेअरहाउस लिंकिंग आदी सुविधा पुरवण्यात आल्या.
- शेतकऱ्यांसाठी प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित केले गेले.

सरकारी मदत:

- प्रति बाजार ₹७५ लाखांपर्यंत आर्थिक सहाय्य

- प्रशिक्षण, डिजिटल साक्षरता, प्रोत्साहन योजना

महाराष्ट्रातील योजनेचा प्रभाव (Impact of e-NAM in Maharashtra):

लाभ:

1. **स्पर्धात्मक बाजार:** विविध राज्यांतील खरेदीदारांसमवेत स्पर्धा वाढली.
2. **पारदर्शकता:** बोली प्रक्रिया पारदर्शक झाली.
3. **दरामध्ये वाढ:** थेट बाजार व्यवहारामुळे शेतकऱ्यांना चांगला दर मिळू लागला.
4. **जलद पेमेंट्स:** UPI, RTGS यंत्रणेद्वारे तात्काळ पैसे ट्रान्सफर
5. **दलालांवरील अवलंबन कमी:** ऑनलाइन व्यवहारामुळे मध्यस्थी टळली.

अडचणी:

1. **डिजिटल साक्षरतेचा अभाव:** ग्रामीण भागातील शेतकरी ई-नाम प्रणाली समजून घेण्यात कमी पडतात.
2. **इंटरनेट सुविधा मर्यादित:** काही भागात इंटरनेट कनेक्टिव्हिटी अद्यापही अपुरी आहे.
3. **APMC चा असहकार:** अनेक APMC अधिकारी व व्यापारी ई-नामच्या पारदर्शकतेला विरोध करतात.
4. **तांत्रिक बिघाड:** सॉफ्टवेअर अडचणी, सर्व्हर डाउन होणे, वजन यंत्रणांचे दोष.

ई-नामसंबंधी महाराष्ट्र सरकारची धोरणे:

- राज्य कृषी विभागाकडून शेतकऱ्यांना प्रशिक्षण देण्याची जबाबदारी
- जिल्हास्तरीय ई-नाम कोअर टीम स्थापन
- स्थानिक भाषांमध्ये ई-नाम प्लॅटफॉर्मचा इंटरफेस

- शेतकरी उत्पादक कंपन्यांना (FPOs) ई-नामशी लिंक करणे

निष्कर्ष (Conclusion):

ई-नाम योजना ही शेतकऱ्यांसाठी एक मोठी संधी आहे, जी त्यांना देशपातळीवरील खुल्या बाजारात प्रवेश देऊ शकते. महाराष्ट्रातील योजनेची अंमलबजावणी सकारात्मक दिशेने सुरू असली तरी अनेक सुधारणा आवश्यक आहेत. सरकारने, स्थानिक स्वराज्य संस्था व NGO यांनी एकत्र येऊन शेतकऱ्यांची क्षमता वाढवणे, डिजिटल साक्षरता प्रशिक्षण देणे, आणि APMC मध्ये पारदर्शकता आणणे ही काळाची गरज आहे.

महाराष्ट्रात ई-नामची अंमलबजावणी ही इतर राज्यांच्या तुलनेत बऱ्याच प्रमाणात यशस्वी झाली असली, तरी तिचा सर्वंकष लाभ शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचलेला नाही. तांत्रिक, सामाजिक आणि प्रशासकीय पातळीवर अजूनही अडथळे आहेत. ई-नामची खरी यशोगाथा तेव्हाच शक्य आहे जेव्हा:

- सर्व APMC मंडई या योजनेत सहभागी होतील
- शेतकऱ्यांना संगणक व मोबाईल वापराचे प्रशिक्षण मिळेल
- बाजार समितींचे राजकारण संपेल

संदर्भसूची (References):

1. e-NAM Official Website – www.enam.gov.in
2. www.agmarknet.gov.in
3. महाराष्ट्र राज्य कृषी पणन मंडळ वार्षिक अहवाल सन २०२३-२०२४
4. महाराष्ट्र कृषी विभाग वार्षिक अहवाल (2024)
5. e-NAM DIRECTORY
6. Prasanta Kumar Swain, Chubamenla Jamir, Michael Dinerstien, Sapna Narula 2022 Impact of development of National Agriculture Market (e-NAM) on farmers
7. Riya Parmar, Rachna Bansal 2025 Status and Performance of e-NAM in India : An Overview
8. Siddhesh S. Pawar, Prof. Dr. S.G. Walke 2023 Analysis Of The Implementation And Functioning Of The eNAM Portal In Maharashtra For Strengthening The Agricultural Marketing Sector
9. लोकसत्ता, सकाळ, पुढारी – विविध वृत्तलेख
10. शेतकरी उत्पादक कंपन्यांशी मुलाखती व स्थानिक APMC रिपोर्ट