



‘ਗੁੜ ਗੰਡੋ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਪੰਡੋ’: ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਦੀ ਵਿਰਾਸਤ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ

‘Gur Gando Ate Kapah Pando’: Siddhe Vikre Di Virasat Ate Adhunik Sambhavnayan

ਡਾ. ਨਿਰਭੈ ਸਿੰਘ (Dr. Nirbhay Singh)

ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿਭਾਗ (Assistant Professor, Dept. of Economics)

ਡਾ. ਭੀਮ ਰਾਓ ਅੰਬੇਡਕਰ ਸਰਕਾਰੀ ਕਾਲਜ ਸ਼੍ਰੀਗੰਗਾਨਗਰ (ਰਾਜਸਥਾਨ)

Email ID: Nirbhays373@gmail.com ਮੋਬਾਈਲ: +91- 94689-65005

ਸਾਰ (Abstract)

ਹਥਲੇ ਖੋਜ ਪੇਪਰ ਵਿੱਚ “ਗੁੜ ਗੰਡੋ” ਅਤੇ “ਕਪਾਹ ਪੰਡੋ” ਦੀ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿੱਧੀ ਅਤੇ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਪ੍ਰਸੰਗਿਕਤਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀ ਆਧੁਨਿਕ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਢਾਂਚੇ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦਾ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਅਧਿਐਨ ਲਈ 150 ਗੁੜ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ 150 ਕਪਾਹ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ। ਡਾਟਾ ਸੰਕਲਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਸਥਾਰਤ ਸ਼ਡਿਊਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਵਿੱਕਰੀ ਪੈਟਰਨ, ਆਰਥਿਕ ਚੁਣੌਤੀਆਂ, ਮਾਰਕੀਟ ਸੰਰਚਨਾ ਅਤੇ ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤਾ ਗਿਆ। ਅਧਿਐਨ ਦੌਰਾਨ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨਾਲ ਸਿੱਧੀ ਗੱਲਬਾਤ ਅਤੇ ਸੰਰਚਿਤ ਇੰਟਰਵਿਊ ਕੀਤੇ ਗਏ, ਖ਼ਾਸ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨਾਲ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਗੁੜ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਖੇਤੀ ਦਾ ਲੰਬਾ ਅਨੁਭਵ ਹੈ। ਨਤੀਜਿਆਂ ਤੋਂ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਕ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦਰਮਿਆਨ ਸਿੱਧਾ ਤਕਨੀਕੀ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਸੰਪਰਕ ਕਿਸਾਨਾਂ ਲਈ ਆਰਥਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਸਾਬਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਹੀ, ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਅਤੇ ਅਸਥਿਰ ਮਾਰਕੀਟ ਸੰਰਚਨਾ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ 'ਤੇ ਨਕਾਰਾਤਮਿਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਖੋਜ ਸਿਫ਼ਾਰਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਟੈਕਨੋਲੋਜੀਕ ਅਪਗਰੇਡ, ਮਾਰਕੀਟ ਸੰਰਚਨਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ-ਉਪਭੋਗਤਾ ਸਿੱਧੇ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਰਾਹੀਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਚੋਲਿਆਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰਤਾ ਘਟਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਕੀਵਰਡ (Keyword): ਗੁੜ, ਗੰਡ, ਕਪਾਹ, ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ, ਕਿਸਾਨ, ਮਾਰਕੀਟ ਸੰਰਚਨਾ, ਟੈਕਨੋਲੋਜੀ, ਆਮਦਨ, ਵਿਚੋਲਾ।

ਪ੍ਰਸਤਾਵਨਾ:

“ਗੁੜ ਗੰਡੋ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਪੰਡੋ” ਪੰਜਾਬੀ ਲੋਕ ਅਖਾਣ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕਹਾਵਤ ਨਹੀਂ, ਸਗੋਂ ਇਹ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਪੱਖ ਦੀ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਿੱਖਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਅਖਾਣ ਵਿੱਚ ਸੂਝ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤੁਰੰਤ ਬਾਅਦ ਹੀ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧਾ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੋ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਤਿਹਾਸਕ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਗੁੜ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਜਿਹੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਪਿੰਡਾਂ ਦੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦਾ ਕੇਂਦਰ ਸੀ। ਵਰਤਮਾਨ ਦੌਰ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕੇ ਜਨਮ ਲੈ ਰਹੇ ਹਨ, ਇਹ ਅਖਾਣ ਇੱਕ ਵਧੀਆ ਮਿਸਾਲ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਨਾਲ ਨਾਂ ਕੇਵਲ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭ ਮਿਲਦਾ ਹੈ, ਸਗੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਸਤਾ ਅਤੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਭਰਪੂਰ ਸਮਾਨ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਹਥਲੇ ਪੇਪਰ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਇਤਿਹਾਸਕ ਪੱਖ 'ਤੇ ਇਸ ਅਖਾਣ ਦੀ ਪ੍ਰਸੰਗਿਕਤਾ ਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰਾਂਗੇ।

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਗੁੜ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਗੁੜ, ਗੰਨੇ ਦੇ ਰਸ ਤੋਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਇੱਕ ਰਵਾਇਤੀ ਮਿੱਠਾ ਪਦਾਰਥ, ਭਾਰਤ ਦੇ ਪਿੰਡਾਂ ਦੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਸਿਰਫ਼ ਮਿੱਠਾ ਪਦਾਰਥ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਸਗੋਂ ਪੇਸ਼ਕ ਤੱਤਾਂ ਅਤੇ ਖਣਿਜ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਵੱਡਾ ਸਰੋਤ ਹੈ। ਭਾਰਤ ਦੁਨੀਆ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੇ ਗੁੜ ਉਤਪਾਦਕ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਇਸ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਨੇਕ ਆਰਥਿਕ, ਤਕਨਾਲੋਜੀਕ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਹੋਈ ਹੈ (ਰਾਮਾਰਾਓ, 2011)।

ਗੁੜ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਗੰਨੇ ਦੀ ਖੇਤੀ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੀ ਖੇਤੀ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਖਰਚੇ ਦਾ 68.22% ਹੈ। ਮੁਨਾਫ਼ੇਵਾਰਤਾ ਦੀ ਮਾਪ ਲਈ ਬੇਨੀਫਿਟ-ਕੋਸਟ ਰੇਸ਼ੋ (BCR), ਨੈੱਟ ਪ੍ਰਜ਼ੈਂਟ ਵਰਥ (NPW) ਅਤੇ ਆਂਤਰਿਕ ਵਾਪਸੀ ਦੀ ਦਰ (IRR) ਵਰਗੇ ਵਿੱਤੀ ਸਾਧਨ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਥੋਕ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕਮਿਸ਼ਨ ਏਜੰਟਾਂ ਦੇ ਹੱਥੋਂ ਮਾਰਕੀਟ ਇਕੱਤਰਤਾ ਜਿਨੀ ਗੁਣਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਮੱਧਮ-ਵੱਧ ਹੈ, ਜੋ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਦੀ ਵਿਆਪਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਢਾਂਚਾਗਤ ਸੁਧਾਰਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ (ਰਾਮਾਰਾਓ, 2011)।

ਗੁੜ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮੌਜੂਦਾ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀ ਉਰਜਾ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਤਕਨਾਲੋਜੀਕ ਅਪਗ੍ਰੇਡ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਨਾਲ ਹੀ, ਗੁੜ ਦੀ ਹਾਈਗ੍ਰੋਸਕੋਪਿਕ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਤੀ ਕਾਰਨ ਇਸ ਨੂੰ ਸਾਂਭਣਾ ਅਹਿਮ ਚੁਣੌਤੀ ਹੈ। ਨਵੀਆਂ ਪੈਕਿੰਗ ਤਕਨੀਕਾਂ,

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨਾਈਟ੍ਰੋਜਨ ਫਲਸਿੰਗ ਅਤੇ ਪਾਲੀਮਰ ਫਿਲਮਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ, ਇਸ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਸੈਲਫ਼ ਲਾਈਫ਼ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ (ਕੁਮਾਰ ਅਤੇ ਕੁਮਾਰ, 2018)।

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਗੁੜ ਮਾਰਕੀਟ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਜ਼ਗਾਰ ਸ੍ਰੋਤ ਹੈ। ਆਂਧਰਾ ਪ੍ਰਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਇਸ ਉਦਯੋਗ ਨੇ ਲਗਭਗ 3 ਲੱਖ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਗਾਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਰੁਝਾਨ ਪੇਂਜ਼ੀਟਿਵ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਮਾਰਕੀਟ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵੱਡੇ ਉਛਾਲੇ ਇਸ ਖੇਤਰ ਲਈ ਚੁਨੌਤੀ ਬਣੇ ਹੋਏ ਹਨ (ਰਾਓ ਅਤੇ ਸ਼ੀਰਾਮ, 2016)। ਨਿਰਯਾਤ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ, ਮਾਰਕੇਟ ਚੇਨ ਮਾਡਲ ਇਹ ਸੰਕੇਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉੱਤਰੀ ਅਫ਼ਰੀਕੀ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵੱਲੋਂ ਭਾਰਤੀ ਗੁੜ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਨਿਰਯਾਤ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਅਸਥਿਰ ਰੁਝਾਨ ਮਾਰਕੀਟ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕਰਨ ਲਈ ਨਵੀਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਅਪਣਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਉਭਾਰਦੇ ਹਨ (ਰੇਵਥੀ ਆਦਿ, 2020)। ਇਸ ਲਈ, ਗੁੜ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਆਰਥਿਕ, ਤਕਨਾਲੋਜੀਕ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਨਿਰਯਾਤ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੋ ਇਹ ਉਦਯੋਗ ਪੱਕੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਕਸਤ ਹੋ ਸਕੇ।

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਕਪਾਹ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਕਪਾਹ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਕਾਫ਼ੀ ਤਰੱਕੀ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਰਵਾਇਤੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਆਧੁਨਿਕ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਮਿਆਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚੀ ਹੈ। ਕਪਾਹ ਭਾਰਤ ਦੇ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਆਧਾਰਤ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਅਹਿਮ ਫ਼ਸਲ ਹੈ, ਜੋ ਘਰੇਲੂ ਖਪਤ ਅਤੇ ਨਿਰਯਾਤ ਦੋਵਾਂ ਦੇ ਲਈ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਕਪਾਹ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਆਧੁਨਿਕ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ ਨਾਲ, ਇਸ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਸਮਰੱਥਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਹੀ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਸਹੂਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਨਿਰਯਾਤ ਲਈ ਨਵੀਆਂ ਨੀਤੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਮਹਿਸੂਸ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਅਧਿਐਨ ਇਤਿਹਾਸਕ ਪਿੱਠ-ਭੂਮੀ, ਨਿਰਯਾਤ ਚੁਣੌਤੀਆਂ, ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਪ੍ਰਵਾਹਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦਾ ਯਤਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। 19ਵੀਂ ਸਦੀ ਦੇ ਮੱਧ ਵਿੱਚ, ਕਪਾਹ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਵੱਧ ਤਰ ਉਤਪ੍ਰੇਰਿਤ ਸੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਜੌਨ ਮੈਥੇਸਨ, ਜਿਹੜੇ ਗਲਾਸਗੋ ਦੇ ਇੱਕ ਵਿਖਿਆਤ ਵਪਾਰੀ ਸਨ, ਨੇ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ "ਟਰਕੀ ਰੈੱਡ ਕਾਟਨ" ਵੇਚਣ ਵਿੱਚ ਅਹਿਮ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਭਾਰਤ ਦੇ ਟੈਕਸਟਾਈਲ ਉਦਯੋਗ ਅਤੇ ਵੇਸ-ਭੂਸ਼ਾ ਦੀਆਂ ਜਟਿਲਤਾ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੀ ਘਾਟ ਕਾਰਨ, ਬ੍ਰਿਟੇਨ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਭਾਰਤੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ 'ਤੇ ਪੂਰੇ ਨਹੀਂ ਉੱਤਰਦੇ ਸਨ (ਨੇਨਾਡਿਕ, 2019)। ਭਾਰਤ ਦੇ ਕਪਾਹ ਨਿਰਯਾਤ ਨੂੰ ਕਈ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੇਸ਼ ਦੀ ਲੰਬੇ ਸਟੇਪਲ ਵਾਲੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਆਮਦ ਹੋ ਰਹੀ ਹੈ, "ਬੰਗਾਲ ਦੇਸੀ," "ਅਸਾਮ ਕਮਿਲਾਸ," ਅਤੇ "ਜੋਡਾ" ਵਰਗੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਗੈਰ-ਟੈਕਸਟਾਈਲ ਸੇਕਟਾਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਮੌਸਮੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਦੂਸਰੇ ਉਤਪਾਦਕ ਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਚਲਦੇ, ਇਹ ਨਿਰਯਾਤ ਖੇਤਰ ਵੱਡੀ ਚੁਨੌਤੀ ਬਣਿਆ ਹੋਇਆ ਹੈ (ਰਾਮਸਵਾਮੀ, 1970)। ਭਾਰਤ ਕਪਾਹ ਦਾ ਦੁਨੀਆ ਦਾ ਦੂਜਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਉਤਪਾਦਕ ਹੈ।

ਘਰੇਲੂ ਮੰਗ ਦੀ ਵਾਧੇਵਾਦੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਕਾਰਨ ਕੱਚੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਨਿਰਯਾਤ ਵਿੱਚ ਮਿਆਰੀ ਇਜ਼ਾਫ਼ਾ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਿਆ। ਮਿਸਾਲ ਵਜੋਂ, 2007-08 ਵਿੱਚ ਨਿਰਯਾਤ ਦੀ ਮਾਤਰਾ 80 ਲੱਖ ਗੱਠਾਂ ਸੀ, ਜਦਕਿ 2008-09 ਵਿੱਚ ਇਹ ਮੰਦੀ ਕਾਰਨ 50 ਲੱਖ ਗੱਠਾਂ 'ਤੇ ਘਟ ਗਈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਉਤਾਰ-ਚੜ੍ਹਾਵਾਂ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਨੀਤੀਆਂ ਨਾਲ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ (ਸ਼੍ਰੀਦੇਵੀ ਅਤੇ ਕੁਲਕਰਣੀ, 2017)। ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਕਪਾਹ ਦੀ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਇਤਿਹਾਸਕ, ਘਰੇਲੂ ਅਤੇ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਮੰਜ਼ਰਾਂ ਨੇ ਅਹਿਮ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਈ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਨਿਰਯਾਤ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਰਗੀਆਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਨਵੀਨਤਮ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦੀ ਲੋੜ ਮਹਿਸੂਸ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਭਾਰਤ ਦੇ ਵਿਸ਼ਵ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਕਤਾ, ਮਾਰਕੀਟਿਕ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਨੀਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਖੋਜ ਵਿਧੀ

ਇਹ ਅਧਿਐਨ "ਗੁੜ ਗੰਠੋਂ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਪੰਡੋਂ" ਅਖਾਣ ਦੀ ਇਤਿਹਾਸਕ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਪ੍ਰਸੰਗਿਕਤਾ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸੰਧਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

ਖੋਜ ਵਿਧੀ ਦੇ ਮੁੱਖ ਪੜਾਅ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਹਨ:

1. ਖੇਤਰ ਚੋਣ: ਖੋਜ ਪੰਜਾਬ, ਹਰਿਆਣਾ ਅਤੇ ਰਾਜਸਥਾਨ ਦੇ ਉਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਤੱਕ ਸੀਮਤ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਗੰਨਾ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਖ਼ਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪੰਜਾਬੀ-ਭਾਸ਼ੀ ਖੇਤਰਾਂ ਤੇ ਧਿਆਨ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ, ਜਿੱਥੇ ਇਹ ਅਖਾਣ ਕਾਫ਼ੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਵਾਲੀ ਹੈ।
2. ਨਮੂਨਾ ਮਾਪਦੰਡ: ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ 150-150 ਉਤਪਾਦਕ ਚੁਣੇ ਗਏ। ਚੋਣ ਵਿੱਚ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਵਿੱਚ ਲੰਬੇ ਅਨੁਭਵ ਵਾਲੇ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

ਸਾਰਣੀ 1: ਨਮੂਨਾ ਮਾਪਦੰਡ

ਰਾਜ	ਗੁੜ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਕਿਸਾਨ	ਕਪਾਹ ਕਿਸਾਨ
ਪੰਜਾਬ	50	50
ਰਾਜਸਥਾਨ	50	50
ਹਰਿਆਣਾ	50	50

ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦੀ ਤਰੀਕਾ

(i) ਸ਼ਡਿਊਲ ਰਾਹੀਂ ਪੜਚੋਲ: ਇੱਕ ਵਿਸਥਾਰਤ ਸ਼ਡਿਊਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ, ਜੋ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਸੂਚਨਾ 'ਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਸੀ:

- **ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਵਿੱਕਰੀ ਪੈਟਰਨ:** ਉਤਪਾਦ (ਗੁੜ/ਕਪਾਹ) ਦੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਕੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮੱਧ-ਵਰਗੀਆਂ/ਬਿਚੋਲੀਆਂ ਰਾਹੀਂ ਵੇਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ?
- **ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਸੰਘਰਸ਼:** ਬੀਤੇ ਪੰਜ ਸਾਲਾਂ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਆਮਦਨੀਆਂ ਅਤੇ ਖਰਚਿਆਂ ਦਾ ਰੁਝਾਨ।
- **ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ:** ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਸਿੱਧੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਅਤੇ ਜ਼ਰੀਏ।
- **ਟਕਰਾਅ ਦੇ ਮੁੱਦੇ:** ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਟਕਨਾਲੋਜੀ (ਜਿਵੇਂ ਈ-ਕਾਮਰਸ) ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ।

ਰਾਜ	ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਲਾਹੇਵੰਦ	ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣਾ ਲਾਹੇਵੰਦ
ਪੰਜਾਬ	41	9
ਰਾਜਸਥਾਨ	45	5
ਹਰਿਆਣਾ	39	11

(2023 ਫ਼ਸਲੀ ਸਾਲ ਦੌਰਾਨ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਡਾਟਾ)

(ii) ਇੰਟਰਵਿਊ ਅਤੇ ਗਵਾਹੀਆਂ: ਸੈਮੀ-ਸਟਰਕਚਰਡ ਇੰਟਰਵਿਊ ਰਾਹੀਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਵਿਆਹੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਗਹਿਰਾਈ ਵਿੱਚ ਗੱਲਬਾਤ ਕੀਤੀ ਗਈ।

(iii) ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਅਧਿਐਨ: ਇਤਿਹਾਸਕ ਪੱਧਰ ਤੇ ਗੰਨਾ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਖੇਤੀ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਪਾਰ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਮੌਜੂਦਾ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਅਤੇ ਸਰਕਾਰੀ ਡਾਟਾ ਦਾ ਅਧਿਐਨ।

ਨਵੀਂ ਟਕਨਾਲੋਜੀ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ

ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਇਹ ਵੀ ਜਾਚਿਆ ਗਿਆ ਕਿ ਨਵੀਂ ਡਿਜੀਟਲ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ (ਜਿਵੇਂ: ਐਪ ਬੇਸਡ ਸੇਲਿੰਗ, ਈ-ਮਾਰਕੀਟ) ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀਆਂ ਆਮਦਨੀਆਂ ਨੂੰ ਸਵਾਲੀ ਬਣਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।

ਨਤੀਜੇ ਅਤੇ ਚਰਚਾ :

ਪਿਛਲੇ 5 ਸਾਲਾਂ ਦੇ ਤਜਰਬੇ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ, ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਫ਼ਸਲ ਨੂੰ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਿੱਕਰੀ ਕਰਨ ਦੇ ਫ਼ੈਸਲੇ ਬਾਰੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਨੁਭਵ ਸਾਂਝੇ ਕੀਤੇ ਹਨ। ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਵਧੇਰੇ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਿਆ। ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 41, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 45, ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 39 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਦੱਸਿਆ ਕਿ ਉਹ ਫ਼ਸਲ ਨੂੰ ਤੁਰੰਤ ਵੇਚਣਾ ਪਸੰਦ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਚੁਣਨ ਦੇ ਮੁੱਖ ਕਾਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਤੁਰੰਤ ਨਕਦ ਲਾਭਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਕਿਸਾਨ ਦੱਸਦੇ ਹਨ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਦੇ ਉੱਚੇ ਖਰਚਿਆਂ, ਜਿਵੇਂ ਖਾਦਾਂ, ਬਿਜਲੀ, ਜ਼ਮੀਨ ਦੇ ਕਿਰਾਏ, ਅਤੇ ਕਰਜ਼ੇ ਦੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਰਾਜਸਥਾਨ ਦੇ ਕਿਸਾਨ ਇਸ ਤੁਰੰਤ ਲਾਭ ਨੂੰ ਵੱਧ ਮਹੱਤਵ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਥੇ ਮੌਸਮੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਦੀ ਘੱਟ ਦਖ਼ਲਅੰਦਾਜ਼ੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਮੰਡੀ ਤੱਕ ਆਸਾਨ ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਬਿਨਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਲ ਦੇ ਵਿੱਕਰੀ ਕਰਨਾ ਵੀ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਦੇ ਹੱਕ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵੱਡਾ ਕਾਰਨ ਹੈ।

ਸਾਰਣੀ 2: ਕਪਾਹ ਚੁਗਾਈ ਉਪਰੰਤ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਜਾਂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਿੱਕਰੀ ਲਾਹੇਵੰਦ

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਕੁਝ ਕਿਸਾਨ, ਖ਼ਾਸਕਰ ਹਰਿਆਣਾ ਦੇ 11 ਅਤੇ ਪੰਜਾਬ ਦੇ 9 ਕਿਸਾਨ, ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਮੰਨਣਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉੱਚੀ ਕੀਮਤਾਂ ਮਿਲਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਕਿਸਾਨ ਅਕਸਰ ਉਹ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਕਪਾਹ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਸਟੋਰੇਜ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਮੌਜੂਦ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਬੰਧ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮੌਜੂਦਾ ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਸਦਾਸਤੀ ਕਰਨ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੈ (ਸਿਰਫ਼ 5 ਕਿਸਾਨ), ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਥੇ ਮੌਸਮੀ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਅਸਥਿਰਤਾ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਵਲ ਖੱਕਦੀ ਹੈ।

ਨਤੀਜੇ ਦੱਸਦੇ ਹਨ ਕਿ ਹਰੇਕ ਰਾਜ ਵਿੱਚ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਫ਼ੈਸਲੇ ਸਥਾਨਕ ਹਾਲਾਤਾਂ ਤੇ ਆਧਾਰਤ ਹਨ। ਪੰਜਾਬ ਅਤੇ ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ ਕਿਸਾਨ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਜਦਕਿ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਕੁਝ ਵੱਧ ਮਹੱਤਵ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਮਾਰਕੀਟ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ, ਸੰਭਾਲਣ ਦੇ ਵਧੇਰੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਡਿਜੀਟਲ ਟਕਨਾਲੋਜੀ ਦੇ ਸੰਕਲਪਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਕੇ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਲਾਭਦਾਇਕ ਮੌਕੇ ਦਿੱਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਇਸ ਅਧਿਐਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਗੁੜ ਬਣਾਉਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਕਿਸਾਨਾਂ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਸਾਰਣੀ 3 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 43, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 46 ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 42 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੱਤੀ। ਇਹ ਰੁਝਾਨ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਕਿਸਾਨਾਂ ਲਈ ਅਹਿਮ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਤਤਕਾਲ ਨਕਦ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਮੌਸਮੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਦੇ ਖ਼ਤਰੇ ਘਟਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਡੀ ਪਹੁੰਚ ਸੌਖੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਕੁਝ ਕਿਸਾਨ, ਜਿਵੇਂ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 8, ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 7, ਅਤੇ ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ਼ 4, ਗੁੜ ਨੂੰ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਨੂੰ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਦੇ ਹਨ।

ਸਾਰਣੀ 3 : ਗੁੜ ਬਣਾਉਣ ਉਪਰੰਤ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਜਾਂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਿੱਕਰੀ ਲਾਹੇਵੰਦ

ਰਾਜ	ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਲਾਹੇਵੰਦ	ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣਾ ਲਾਹੇਵੰਦ
ਪੰਜਾਬ	43	7

ਰਾਜਸਥਾਨ	46	4
ਹਰਿਆਣਾ	42	8

(2023 ਫ਼ਸਲੀ ਸਾਲ ਦੌਰਾਨ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਡਾਟਾ)

ਇਹ ਕਿਸਾਨ ਚੰਗੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਉਮੀਦ ਜਾਂ ਸਟੋਰੇਜ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ ਮੌਸਮੀ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਸਟੋਰੇਜ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਕਰਕੇ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਵੱਧ ਪ੍ਰਸੰਸਾ ਮਿਲੀ ਹੈ, ਜਦਕਿ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਕਿਸਾਨ ਸਟੋਰੇਜ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਸਧਾਰਨ ਢਾਂਚੇ ਤੋਂ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ ਤੁਰੰਤ ਨਕਦ ਲਾਭਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਕਾਰਨ ਕਿਸਾਨ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਤੁਰੰਤ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਨਤੀਜੇ ਸੂਚਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤਾਂ ਦੀ ਨਵੀਂ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਸਟੋਰੇਜ ਦੀਆਂ ਬਿਹਤਰੀ ਸਹੂਲਤਾਂ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਬਹਾਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਆਰਥਿਕ ਸੰਘਰਸ਼ ਘਟਣਗੇ।

ਇਸ ਅਧਿਐਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਦੱਸਦੇ ਹਨ ਕਿ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਕਿਸਾਨ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਗੁੜ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਮੰਨਦੇ ਹਨ। ਸਾਰਣੀ 4 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਗੁੜ ਦੀ ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 50, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 49, ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 49 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਲਾਹੇਵੰਦ ਦੱਸਿਆ। ਕਪਾਹ ਲਈ ਇਹ ਗਿਣਤੀ ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 48, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 47, ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 46 ਹੈ। ਇਹ ਸਪਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਰਾਹੀਂ ਵਿੱਕਰੀ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ, ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਵੱਡੇ ਹਿੱਸੇ ਲਈ ਵੱਧ ਫ਼ਾਇਦੇਮੰਦ ਰਹੀ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਰਾਹੀਂ ਵਿੱਕਰੀ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਕਿਸਾਨ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਦੇ ਹਨ।

ਸਾਰਣੀ 4 : ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਜਾਂ ਵਿਚੋਲੇ ਦੁਆਰਾ ਵੇਚਣਾ ਲਾਹੇਵੰਦ

ਰਾਜ	ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਲਾਹੇਵੰਦ		ਵਿਚੋਲੇ ਦੁਆਰਾ ਵੇਚਣਾ ਲਾਹੇਵੰਦ	
	ਗੁੜ	ਕਪਾਹ	ਗੁੜ	ਕਪਾਹ
ਪੰਜਾਬ	50	48	0	2
ਰਾਜਸਥਾਨ	49	47	1	3
ਹਰਿਆਣਾ	49	46	1	4

(2023 ਫ਼ਸਲੀ ਸਾਲ ਦੌਰਾਨ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਡਾਟਾ)

ਗੁੜ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਇਹ ਗਿਣਤੀ ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ 0, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 1, ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 1 ਸੀ, ਜਦਕਿ ਕਪਾਹ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਇਹ ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ

2, ਰਾਜਸਥਾਨ ਵਿੱਚ 3, ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ 4 ਸੀ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਕਿਸਾਨਾਂ ਲਈ ਘੱਟ ਆਰਥਿਕ ਸਵਾਲੀ ਬਣ ਰਹੀ ਹੈ।

ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਮੁੱਖ ਕਾਰਨ:

1. ਵੱਧ ਲਾਭਪ੍ਰਦ ਕੀਮਤ: ਸਿੱਧੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵਿੱਕਰੀ ਕਰਨ ਨਾਲ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚੋਲਿਆਂ ਦੀਆਂ ਕਮੀਸ਼ਨਾਂ ਤੋਂ ਮੁਕਤੀ ਮਿਲਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦਾ ਮੁੱਖ ਕਾਰਨ ਹੈ।

2. ਨਕਦ ਲਾਭ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ: ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਵਿੱਚ ਕਿਸਾਨ ਆਪਣੀਆਂ ਮਾਲੀ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਤੁਰੰਤ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਨਕਦ ਰਕਮ ਹਾਸਲ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਦੈਨਿਕ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਦੇ ਖਰਚੇ ਸਮੇਂ-ਸਿਰ ਪੂਰੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।

3. ਮਾਰਕੀਟ ਤੇ ਪੂਰਾ ਕਾਬੂ: ਬਿਚੋਲੀਆਂ ਦੀ ਦਖ਼ਲਅੰਦਾਜ਼ੀ ਘਟਣ ਨਾਲ ਕਿਸਾਨ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਸਮਝ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉੱਚੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਰੱਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਇਸ ਅਧਿਐਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਇਹ ਵੀ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇਨ੍ਹਾਂ ਰਾਜਾਂ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੀ ਵਿੱਕਰੀ ਲਈ ਸੁਧਾਰੇ ਹੋਏ ਮਾਰਕੀਟ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ, ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਲਾਭਾਂ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਵਾਧਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੋ (ਸਚਿਨ ਕੁਮਾਰ ਆਦਿ, 2020) ਦੀ ਖੋਜ ਨਾਲ ਸੰਗਤ ਹਨ।

ਅਧਿਐਨ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਡਾਟਾ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ, ਇਹ ਸਪਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਪਾਹ ਅਤੇ ਗੁੜ ਦੀ ਵਿੱਕਰੀ ਵਿੱਚ ਐਪ ਬੇਸਡ ਸੇਲਿੰਗ ਅਤੇ ਈ-ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੁਝ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਹੈ। ਸਾਰਣੀ 5 ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਅੰਕੜੇ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਹ ਡਿਜੀਟਲ ਤਕਨੀਕੀ ਵਿਕਲਪ ਵਰਤਣ ਵਿੱਚ ਰੁਚੀ ਘੱਟ ਜਤਾਈ ਹੈ। ਪੰਜਾਬ, ਰਾਜਸਥਾਨ ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ਼ ਕੁਝ ਹੀ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਐਪ ਅਤੇ ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ, ਗੁੜ ਦੀ ਵਿੱਕਰੀ ਵਿੱਚ 5 ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੀ ਵਿੱਕਰੀ ਵਿੱਚ 2 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਐਪ ਜਾਂ ਈ-ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਰਤਣ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕੀਤੀ, ਜਦਕਿ ਰਾਜਸਥਾਨ ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਇਹ ਅੰਕੜੇ ਕੁਝ ਵੱਧ ਹਨ, ਪਰ ਫਿਰ ਵੀ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਘੱਟ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਗੁੜ ਲਈ 6 ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਲਈ 3 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਇਸ ਤਕਨੀਕੀ ਢੰਗ ਨੂੰ ਵਰਤਣਾ ਲਾਹੇਵੰਦ ਮੰਨਿਆ।

ਸਾਰਣੀ 5 : ਐਪ ਬੇਸਡ ਸੇਲਿੰਗ, ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ

ਰਾਜ	ਐਪ ,ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ (ਹਾਂ)		ਐਪ ,ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ (ਨਹੀਂ)	
	ਗੁੜ	ਕਪਾਹ	ਗੁੜ	ਕਪਾਹ
ਪੰਜਾਬ	5	2	45	48

ਰਾਜਸਥਾਨ	3	1	47	49
ਹਰਿਆਣਾ	6	3	44	47

(2023 ਫ਼ਸਲੀ ਸਾਲ ਦੌਰਾਨ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਡਾਟਾ)

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਅਕਸਰ ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਗਿਆ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਿਸਾਨ ਐਪ ਅਤੇ ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰ ਰਹੇ। ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ, ਗੁੜ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੋਹਾਂ ਲਈ ਇਹ ਗਿਣਤੀ ਕਾਫ਼ੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ—ਗੁੜ ਵਿੱਚ 45 ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਵਿੱਚ 48 ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੇ ਇਸ ਤਕਨੀਕੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕੀਤੀ। ਰਾਜਸਥਾਨ ਅਤੇ ਹਰਿਆਣਾ ਵਿੱਚ ਵੀ ਇਹ ਤਸਵੀਰ ਕਾਫ਼ੀ ਮਿਲਦੀ ਜੁਲਦੀ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਿਸਾਨ ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਬਣਾਉਂਦੇ।

ਐਪ ਅਤੇ ਈ-ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾ ਕਰਨ ਦੇ ਕਾਰਨ:

1. **ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਘਾਟ:** ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਤਕਨੀਕੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਬਾਰੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਘਾਟ ਮਹਿਸੂਸ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਕਾਰਨ ਉਹ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਹਿਚਕਿਚਾਹਟ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ।

2. **ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਐਕਸੈੱਸ ਦੀ ਮੁਸ਼ਕਲ:** ਵੱਡੇ ਹਿੱਸੇ ਵਿੱਚ, ਖੇਤਾਂ ਅਤੇ ਪਿੰਡਾਂ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਦੀ ਸੰਪੂਰਨ ਸਹੂਲਤ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਜਿਸ ਕਰਕੇ ਇਸ ਤਕਨੀਕੀ ਉਪਕਰਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕੁਝ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਸੇਵਾ ਸਥਿਰ ਨਹੀਂ ਹੋਣ ਕਾਰਨ, ਡਿਜੀਟਲ ਸੇਲਿੰਗ ਬਿਲਕੁਲ ਅਸੰਭਵ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।

3. **ਤਕਨੀਕੀ ਦਿੱਕਤਾਂ:** ਡਿਜੀਟਲ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਨਾਲ ਕੁਝ ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਤਕਨੀਕੀ ਦਿੱਕਤਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ

ਸਮਾਰਟ ਫੋਨ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਐਪ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ।

ਇਹ ਅਧਿਐਨ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਡਿਜੀਟਲ ਸੇਲਿੰਗ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੁਝ ਹੱਦ ਤੱਕ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਤਜਰਬਿਆਂ ਅਤੇ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਦਕਿ ਕੁਝ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਇਸ ਤਕਨੀਕੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਹੋ ਰਹੀ ਹੈ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਿਸਾਨ ਇਸ ਤੋਂ ਅਣਜਾਣ ਹਨ ਜਾਂ ਇਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਰੁਕੀ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ। ਜੋ ਕਿ (ਬੀ., ਐੱਸ., ਅਤੇ ਐਥਲ, 2022) ਦੀ ਖੋਜ ਨਾਲ ਸੰਗਤ ਹਨ।

ਨਤੀਜਾ:

ਇਹ ਖੋਜ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ "ਗੁੜ ਗੰਢੋਂ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਪੱਛੋਂ" ਵਾਲੀ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿੱਖੀ ਵਿੱਕਰੀ ਦੀ ਰਿਵਾਇਤ ਅੱਜ ਵੀ ਆਧੁਨਿਕ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਗੁੜ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਟੈਕਨੋਲੋਜੀਕ ਅਪਗਰੇਡ, ਬਿਹਤਰ ਬਾਜ਼ਾਰ ਸੰਰਚਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਿੱਖੀ ਤਕਨੀਕੀ ਸੰਜੋਗ ਦੀ ਲੋੜ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੋ ਕਿਸਾਨ ਆਪਣੀ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਣ ਅਤੇ ਵਿਚੋਲੇ 'ਤੇ ਆਪਣੀ ਨਿਰਭਰਤਾ ਘਟਾ ਸਕਣ। ਡਿਜੀਟਲ ਸਿੱਖਿਆ, ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਸਹੂਲਤ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਚਾਰ ਵਿਧੀ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ। ਕਿਸਾਨਾਂ ਨੂੰ ਐਪ ਅਤੇ ਈ-ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਬਾਰੇ ਸਿਖਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇ, ਤਾਂਕਿ ਉਹ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਕੀਮਤਾਂ, ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਣ। ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਕਨੈਕਟਿਵਿਟੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਨਾਲ ਨਵੀਂ ਤਕਨੀਕ ਅਪਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਆ ਰਹੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਘਟਣਗੀਆਂ ਅਤੇ ਕਿਸਾਨ ਵਧੀਆ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚ ਸਕਣਗੇ।

ਹਵਾਲੇ ਅਤੇ ਟਿੱਪਣੀਆਂ

1. ਰਾਮਾਰਓ, ਆਈ. (2011). ਆਂਧਰਪ੍ਰਦੇਸ਼ ਰਾਜ ਵਿੱਚ ਗੁੜ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਦਾ ਆਰਥਿਕ ਮੁਲਾਂਕਣ। ਸੂਗਰ ਟੈਕ, 13, 236-244.
2. ਰੇਵਥੀ, ਆਰ., ਮੁਰਲੀ, ਪੀ., ਵੈਂਕਟਸੁਬ੍ਰਮਣੀਅਨ, ਵੀ., ਪ੍ਰਥਾਪ, ਡੀ., ਅਤੇ ਬਾਲਾਮੁਰਲੀ, ਐੱਸ. (2020). ਭਾਰਤੀ ਗੁੜ ਅਤੇ ਮਿਠਾਈਆਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ਵ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਨਿਰਯਾਤ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ: ਮਾਰਕੇਟ ਚੇਨ ਮਾਡਲ ਰਾਹੀਂ। ਸੂਗਰ ਟੈਕ, 23, 118-129.
3. ਕੁਮਾਰ, ਰ., ਅਤੇ ਕੁਮਾਰ, ਐੱਮ. (2018). ਗੁੜ ਨਿਰਮਾਣ ਅਤੇ ਸੰਭਾਲ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਲਈ ਤਕਨਾਲੋਜੀਆਂ ਦੀ ਉੱਪਗ੍ਰਹੇਸ਼ਨ। ਰਿਟਿਊਏਬਲ ਅਤੇ ਸਸਟੇਨਏਬਲ ਐਨਰਜੀ ਰਿਵਿਊਜ਼।
4. ਰਾਓ, ਆਈ., ਅਤੇ ਸ਼ੀਰਾਮ, ਕੇ. (2016). ਆਂਧਰਪ੍ਰਦੇਸ਼ ਰਾਜ ਵਿੱਚ ਗੁੜ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ। ਇੰਟਰਨੈਸ਼ਨਲ ਜਰਨਲ ਆਫ ਇਨਵਾਇਰਨਮੈਂਟ, ਐਗਰੀਕਲਚਰ ਅਤੇ ਬਾਇਓਟੈਕਨਾਲੋਜੀ, 1, 238591.
5. ਨੇਨਾਡਿਕ, ਐੱਸ. (2019). ਉੱਤਰੀ ਉੱਤਰ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਪੰਚੂਰਵੀ ਸਦੀ ਦੇ ਮੱਧ ਵਿੱਚ ਛਪੇ ਹੋਏ ਕਪਾਹ ਦੀ ਵਿੱਕਰੀ: ਗਲਾਸਰੋ ਦੇ ਜਾਨ ਮੈਥੀਸਨ ਅਤੇ ਸਕਾਟਿਸ਼ ਟਰਕੀ ਰੈਡ। ਐਂਟਰਪ੍ਰਾਈਜ਼ ਅਤੇ ਸੋਸਾਇਟੀ, 20, 328-365.
6. ਰਾਮਸਵਾਮੀ, ਪੀ. (1970). ਕੱਚੇ ਕਪਾਹ ਦੇ ਨਿਰਯਾਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ—ਕੁਝ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ। ਫਾਰੇਨ ਟਰੇਡ ਰਿਵਿਊ, 5, 129-139.
7. ਸ਼੍ਰੀਦੇਵੀ, ਬੀ., ਅਤੇ ਕੁਲਕਰਨੀ, ਵੀ. (2017). ਭਾਰਤੀ ਕਪਾਹ ਦੀ ਨਿਰਯਾਤ ਮੁਕਾਬਲਾਤ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ। ਇੰਟਰਨੈਸ਼ਨਲ ਜਰਨਲ ਆਫ ਕਾਮਰਸ ਐਂਡ ਬਿਜਨਸ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ, 10, 169-174.
8. ਬੀ., ਐੱਸ., ਅਤੇ ਐਥਲ, ਪੀ. (2022). ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਵਿੱਚ ਈ-ਕਾਮਰਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਅਧਿਐਨ—ਕੇਰਲ ਰਾਜ ਦੇ ਬ੍ਰਿਸ਼ੂਰ ਜ਼ਿਲ੍ਹੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਰਵੇਖਣ।

ਇੰਟਰਨੈਸ਼ਨਲ ਜਰਨਲ ਆਫ ਕੇਸ ਸਟੱਡੀਜ਼ ਇਨ ਬਿਜ਼ਨਸ,
ਆਈ.ਟੀ., ਅਤੇ ਐਜੂਕੇਸ਼ਨ।

ਆਫ ਇਕਨਾਮਿਕਸ ਐਂਡ ਡਿਵੈਲਪਮੈਂਟ 16.2s (2020): 128-
135.

9. ਕੁਮਾਰ, ਸਚਿਨ, ਆਦਿ. "ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਐਗਰੀ-
ਰਿਟੇਲਿੰਗ ਲਈ ਰਵੱਈਅ ਅਤੇ ਅਪਣਾਈ।" ਇੰਡੀਅਨ ਜਰਨਲ

Cite this Article-

ਡਾ. ਨਿਰਭੈ ਸਿੰਘ (Dr. Nirbhy Singh), 'ਗੁੜ ਗੰਡੋ ਅਤੇ ਕਪਾਹ ਪੰਡੋ': ਸਿੱਧੇ ਵਿਕਰੇ ਦੀ ਵਿਰਾਸਤ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ('Gur Gando Ate Kapah Pando': Siddhe Vikre Di Virasat Ate Adhunik Sambhavnayan), ਅਰਮਾਨ (ARMAAN), ISSN: 2583-9446 (O), Volume- 4, Issue- 1, January-March 2026, Page: 71-76.

Journal URL: www.armaan.org.in

DOI: <https://doi.org/10.64119/armaan.vol.4.issue1.13>



This article is an open access article published under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC 4.0) license. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

