

स्मॉलहोल्डर हॉर्टिकल्चर एम्पावरमेंट एंड प्रमोशन (SHEP)

विस्तार कर्मचारियों के लिए SHEP पुस्तिका



अगस्त 2018

SHEP दृष्टिकोण के कार्यान्वयन के लिए

एक व्यावहारिक मार्गदर्शक

जापान इंटरनेशनल कोऑपरेशन एजेंसी



विषयसूची

भूमिका.....	1
प्रिय पाठक	2
आभार/ स्वीकृति	3
पुस्तिका के योगदानकर्ता	4
भाग 1. संकल्पना (कॉन्सेप्ट)	6
1. SHEP दृष्टिकोण (अप्रोच) की संकल्पना	7
1.1. SHEP दृष्टिकोण के दो प्रमुख स्तंभ	7
1.2. SHEP के चार आवश्यक चरण	10
1.3. SHEP में लिंग (जेंडर).....	11
2. SHEP के लाभ	13
2.1. SHEP अन्य दृष्टिकोणों से कैसे अलग है?	13
2.2. SHEP दृष्टिकोण के प्रभाव और परिणाम	13
भाग 2. अभ्यास	16
1. चरण 1 - किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें	17
1.1. संवेदीकरण (सेंसिटाइजेशन) कार्यशाला	17
2. चरण 2 - किसानों की जागरूकता बढ़ी.....	20
2.1. भागीदारी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे)	20
2.2. स्टेकहोल्डर फ़ोरम (वैकल्पिक गतिविधि)	33
2.3. मार्केट सर्वे	38
3. चरण 3 - किसान निर्णय लेते हैं	50
3.1. लक्षित (टारगेट) फसल का चयन	50
3.2. फसल कैलेंडर बनाना	56
4. चरण 4 - किसान कौशल हासिल करते हैं	63
4.1. ज़मीनी प्रशिक्षण	63
5. अनुवर्ती (फ़ॉलो अप) और निगरानी (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे सहित)	70
6. लिंग (जेंडर) जागरूकता प्रशिक्षण का उदाहरण	79
भाग 3. मार्गदर्शन	84
1. FAQ's (अक्सर पूछे जाने वाले प्रश्न)	85
1.1. SHEP की प्रयोज्यता (लागू करने योग्य है या नहीं) और विधियों के सम्बंध में प्रश्न.....	85
1.2. विपणन (मार्केटिंग) की चुनौतियों के सम्बंध में प्रश्न	86
1.3. सहायता के तरीकों के सम्बंध में प्रश्न	87
1.4. लक्ष्यीकरण (टारगेटिंग) के सम्बंध में प्रश्न	88
1.5. विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) और प्रणालियों के सम्बंध में प्रश्न	88
1.6. वित्तीय संसाधनों के सम्बंध में प्रश्न	89
1.7. लिंग (जेंडर) के सम्बंध में प्रश्न	89
2. संसाधन	90

आंकड़ों की सूची

चित्र 1 SHEP के दो स्तंभ.....	7
चित्र 2 चार आवश्यक चरण.....	10
चित्र 3 प्रेरणा (मोटिवेशन) और कौशल विकास के बीच अंतर्संबंध	11
चित्र 4 SHEP में लिंग (जेंडर) को मुख्यधारा में लाना.....	12
चित्र 5 SHEP के बाद सकारात्मक परिवर्तन	14
चित्र 6 किसानों के लाभ के लिए आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे)	21
चित्र 7 फसल कैलेंडर में गौर किए जाने वाले विषय	57
चित्र 8 आपूर्ति-संचालित (सप्लाई ड्रिवन) और मांग-संचालित (डिमांड ड्रिवन) प्रशिक्षणों के बीच तुलना	64
चित्र 9 केन्या में विकसित हुई कामिशीबाई	68
चित्र 10 रवांडा, नेपाल और इथियोपिया में तैयार किए गए पर्चे	68
चित्र 11 फिलिस्तीन में पोस्टर	69
चित्र 12 अनुवर्ती (फॉल-अप) और निगरानी द्वारा "टेक-ऑफ़" सुनिश्चित करना	71

बक्सों की सूची

बॉक्स 1 आधारभूत सर्वेक्षणों (बेसलाइन सर्वे) के लिए दृश्य इकाई रूपांतरण तालिका (विजुअल यूनिट कन्वर्जन टेबल)...	24
बॉक्स 2 लागत की गणना के लिए वर्कशीट	24
बॉक्स 3 अन्य किसानों की मदद करते किसान	25
बॉक्स 4 सामूहिक और व्यक्तिगत कृषि भूमि के लिए आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे)	25
बॉक्स 5 आधारभूत सर्वेक्षणों (बेसलाइन सर्वे) के दौरान "गृहकार्य" व्यवस्था	26
बॉक्स 6 क्रेता-विक्रेता (बायर-सेलर) फोरम	36
बॉक्स 7 अधिक किसान प्रतिनिधि फोरम में भाग लेते हैं	36
बॉक्स 8 श्रम-बचत औजारों और उपकरणों का प्रदर्शन	37
बॉक्स 9 मार्केट सर्वे के दौरान विभिन्न कंपनियों और संगठनों का दौरा	42
बाक्स 10 मार्केट सर्वे से पहले किसानों द्वारा पूर्वाभ्यास(ड्राई रन)	42
बॉक्स 11 कार्यान्वयनकर्ता किसानों की तैयारी के लिए एक मार्केट सर्वे आयोजित करते हैं.....	42
बॉक्स 12 जांच के लिए किसान छह से अधिक फसलों का चयन करते हैं.....	43
बॉक्स 13 निरक्षर किसानों को मार्केट सर्वे के लिए प्रतिनिधियों के रूप में चुना गया	43
बॉक्स 14 औपचारिक और अनौपचारिक दोनों बाजारों में मार्केट सर्वे आयोजित करना	44
बॉक्स 15 दो अलग-अलग मौसमों के लिए लक्षित (टार्गेट) फसलों का चयन	52
बॉक्स 16 फसल का बजट बनाना	52
बॉक्स 17 अधिकतम मांग सारिणी (पीक डिमांड टेबल) तैयार करना.....	59
बॉक्स 18 सामूहिक और व्यक्तिगत, दोनों प्रकार के खेतों के लिए फसल कैलेंडर	59

बॉक्स 19 उत्पादन तकनीकों के विस्तार के लिए किसानों को दूसरे किसानों से जोड़ना	66
बॉक्स 20 प्रदर्शन भूखंडों/प्रशिक्षण कृषिक्षेत्रों की स्थापना	66
बॉक्स 21 निजी क्षेत्र की विस्तार सेवाओं के साथ सहयोग	66

कॉलमों की सूची

कॉलम 1 SHEP द्वारा सूचना की विषमता को कम करना	8
कॉलम 2 प्रेरणा बढ़ाने की तीन मनोवैज्ञानिक जरूरतें	9
कॉलम 3 अलग क्रम, अलग उद्देश्य	38
कॉलम 4 SHEP मार्केट सर्वे के तीन सिद्धांत	46
कॉलम 5 उत्पादन तकनीकों के लिए विभिन्न प्रशिक्षण सामग्री	68
कॉलम 6 एक किसान परिवार में एक पति की कहानी	82
कॉलम 7 एक किसान परिवार में एक पत्नी की कहानी	82

भूमिका

कृषि विस्तार सेवाओं के लिए SHEP के सामान्यीकरण की ओर

SHEP मूल रूप से केन्या की कृषि विस्तार सेवाओं में सुधार के लिए केन्या और जापान के बीच तकनीकी सहयोग की प्रक्रिया में, 'ट्रायल एंड एरर' के द्वारा विकसित हुआ। ये सहयोग 2006 में शुरू हुआ और SHEP दृष्टिकोण को कृषि विस्तार सेवाओं की एक नयी प्रणाली के रूप में विकसित किया गया, जो अर्थशास्त्र और मनोविज्ञान के सिद्धांतों द्वारा समर्थित थी। SHEP कृषि विस्तार के लिए एक ऐसा दृष्टिकोण है, जो छोटे पैमाने के किसानों को बाजार-उन्मुख कृषि करने की सुविधा प्रदान करता है। ऊपर बताई गई कृषि विस्तार परियोजना ने केन्या में इस पद्धति का उपयोग किया और केवल दो वर्षों में 2,500 लक्षित (टारगेट) किसानों की कृषि आय को दोगुना कर दिया।

2013 में अफ्रीका के विकास पर अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन का पांचवा संस्करण टोक्यो में आयोजित किया गया था। इस सम्मेलन के उद्घाटन भाषण में, जापान के प्रधानमंत्री शिंजो आबे ने अफ्रीकी कृषि को "ग्रो एंड सेल" से "ग्रो टू सेल" में बदलने की इच्छा ज़ाहिर की। इसे आगे बढ़ाते हुए, जापान इंटरनेशनल कोऑपरेशन एजेंसी (JICA) केन्याई सरकार के साथ काम कर रही है, ताकि अन्य अफ्रीकी देशों के कृषि विस्तार अधिकारियों (एक्सटेंशन ऑफिसियल्स) और विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) में SHEP का ज्ञान फैलाया जा सके। वर्तमान में बीस से अधिक अफ्रीकी देश SHEP दृष्टिकोण को लागू कर रहे हैं।

इतने कम समय में SHEP पूरे अफ्रीका में क्यों फैल गया? मेरा मानना है कि इसके तीन कारण हैं। पहला कारण है, SHEP के नारे की सरलता; "ग्रो एंड सेल" से "ग्रो टू सेल" में रूपांतरित करें। जिस किसी को भी कृषि विस्तार में काम करने का अनुभव है, वह इस सरल संदेश का समर्थन करेगा, क्योंकि यह संदेश, मुनाफ़ा कमाने के लिए बाज़ार की ओर देखने के महत्व की प्रभावी रूप से वकालत कर सकता है। दूसरा कारण यह है कि SHEP दृष्टिकोण में ऐसे अंतरनिर्मित (इन-बिल्ट) तंत्र हैं, जो किसानों और कृषि विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की उनके काम के प्रति प्रेरणा में इज़ाफ़ा करते हैं।

"मज़ा(fun) नहीं, तो SHEP नहीं", SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं के बीच एक प्रचलित मोटो (आदर्श वाक्य) है, और वास्तव में, कई किसान और विस्तार कर्मचारी हैं, जो ये बताते हैं कि वे अपने काम का आनंद ले रहे हैं। तीसरा कारण "दक्षिण-दक्षिण सहयोग" या केन्या और अन्य अफ्रीकी देशों के बीच सहयोग की प्रभावशीलता है। SHEP, जिसे पहले केन्या में बनाया गया था, अन्य अफ्रीकी देशों में आसानी से उपयोग और लागू किया जा सकता है, जिससे "दक्षिण-दक्षिण सहयोग" को लागू करना आसान हो जाता है। इस बीच JICA सभी संबंधित पक्षों के लिए अंतरराष्ट्रीय SHEP कार्यशालाओं का आयोजन करता रहा है और स्थान मुहैया कराता रहा है, ताकि कृषि विस्तार पर ज्ञान पैदा किया जा सके। हम सभी को इन आयोजनों में सक्रिय रूप से भाग लेने के लिए आमंत्रित करते हैं।

SHEP का उपयोग करने वाली कृषि विस्तार सेवाओं को कैसे लागू किया जाए, इस विषय पर यह एक चरण-दर-चरण व्यावहारिक पुस्तिका है। हमें उम्मीद है कि इस पुस्तक में प्रस्तुत दृष्टिकोण, कृषि विस्तार सेवा में लगे लोगों के लिए आदर्श बनेगा, और एक दिन आएगा जब दुनिया भर के किसानों को यह कहते हुए सुना जा सकेगा, "ग्रो टू सेल? बेशक, जाहिर है", इस उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए, हम छोटे किसानों की सहायता के लिए आपके साथ काम करना जारी रखेंगे।

मार्च 2018

केनिच और शिशिदो

महानिदेशक (डायरेक्टर जनरल)

ग्रामीण विकास विभाग

जापान इंटरनेशनल कोऑपरेशन एजेंसी (JICA)

प्रिय पाठकों

यदि आप विस्तार सेवाओं के माध्यम से किसानों का समर्थन करने की स्थिति में हैं, तो इन दो प्रश्नों पर विचार करें।

1. क्या आप किसानों को खेती का कोई ऐसा तरीका सुझाएंगे जो बाजार की परिस्थितियों के अनुकूल न हो?
2. क्या आप कोई ऐसा/ऐसी विस्तार कार्यक्रम/परियोजना लागू करेंगे जिसमें किसानों की प्रेरणा को ध्यान में नहीं रखा जाता है?

मुझे लगता है, इसका जवाब 'नहीं' है। यदि कृषि आपकी आजीविका है तो आपके द्वारा उगाए जाने वाले उत्पादों (अनाज, सब्जियां, फल और पशुधन) और बाजार, जहां आप उन उत्पादों को बेचते हैं, दोनों के बीच सम्बंध अत्यंत महत्वपूर्ण है। यदि किसान बाजार द्वारा मांगे गए उत्पादों को, बाजार द्वारा मांग की गई गुणवत्ता पर, बाजार द्वारा मांगे गए समय पर विकसित कर सकता है, तो ऐसा किसान मुनाफा तो कम से कम कमाएगा ही। दूसरी ओर, यदि किसान बाजार की जरूरतों को देखे बिना अपने उत्पादों को विकसित करने का फैसला करता है, तो वह किसान अपने उत्पादों को बाजार में वांछित कीमत पर बेचने में सक्षम होने की उम्मीद नहीं कर सकता। ऐसा समझा जाता है कि विकासशील देशों में छोटे पैमाने के किसानों के बीच ऐसे किसान हैं, जो बाजार की जानकारी को पर्याप्त रूप से समझे बिना अपने बीज बोते हैं और फसल उगाते हैं, और ये किसान इस तरह से खेती करना जारी रखते हैं।

इसके अलावा कहा जा सकता है कि विस्तार सेवाओं का सार किसानों के साथ दोतरफा संचार में निहित है। हालांकि, कई मामलों में विस्तार सेवाओं ने किसानों के बजाय स्वयं कृषि तकनीकों पर अधिक ध्यान दिया। विस्तार सेवाओं के लिए किसानों को केंद्र में रखना सबसे महत्वपूर्ण है क्योंकि वे खेती के प्राथमिक अभिनेता हैं। विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) द्वारा प्रचारित की जाने वाली तकनीकों की उपयोगिता के बारे में किसानों को आश्वस्त किए बिना इसकी संभवना कम है कि तकनीकों का विस्तार होगा और किसानों लगातार इनका उपयोग करेंगे। किसानों की प्रतिबद्धता के बिना उत्पादकता में वृद्धि या गुणवत्ता में सुधार की उम्मीद नहीं की जा सकती।

SHEP दृष्टिकोण, कई कृषि विस्तार दृष्टिकोणों में से एक है। इसकी विशेषताओं में शामिल है, खेती को एक व्यवसाय के रूप में चुना जाना - विशेष रूप से किसानों और बाजार हितधारकों के बीच बाजार की जानकारी साझा करने को बढ़ावा देना, जिससे सूचना के अंतर को कम किया जा सके - और किसानों की प्रेरणा को ध्यान में रखते हुए गतिविधियों की एक श्रृंखला तैयार करना। SHEP दृष्टिकोण कृषि विस्तार के लिए प्राकृतिक और ज़ाहिर कदमों को लागू करने के बारे में है। यह जरा भी विशेष नहीं है।

यह दृष्टिकोण, जो पहले केन्या में विकसित हुआ था, अब तक बीस से अधिक देशों में लागू किया जा चुका है। इस दृष्टिकोण के माध्यम से समर्थन प्राप्त करने वाले किसान अपनी खेती पर गर्व करते हैं और खेती का आनंद लेते हैं। इन किसानों ने अपने घरों में सुधार किया है, कारें खरीदी हैं, अपने बच्चों को उच्च शिक्षा के लिए भेजा है, संतुलित भोजन करने में सक्षम हुए हैं - इन किसानों ने अपनी आजीविका में वास्तविक सुधार का अनुभव किया है।

यह पुस्तिका विस्तार गतिविधियों में SHEP दृष्टिकोण को लागू करने के व्यावहारिक अनुभव पर आधारित है। यह पुस्तिका, विस्तार कार्य में लगे लोगों को कुछ ऐसा प्रदान करने के लिए बनाई गयी थी, जिसे वे तुरंत लागू कर सकें। हालांकि, पुस्तिका में तकनीकों और विधियों के विस्तृत विवरण में कमी हो सकती है। हम आशा करते हैं कि इस संसाधन को प्रत्येक व्यावहारिक स्थिति के हिसाब से उपयुक्त इस्तेमाल में लाया जाएगा, जिसमें रचनात्मक संयोजन और अनुकूलन शामिल होंगे। तो इसे प्राप्त करें! दुनिया के किसान आपका इंतजार कर रहे हैं!

जिरो ऐकावा

JICA वरिष्ठ सलाहकार / SHEP सलाहकार

आभार/ स्वीकृति

"सहायक स्टाफ के लिए SHEP पुस्तिका" को विकसित किये जाने के पीछे विशेष रूप से योगदान है उन केन्याई कर्मचारियों का, जो स्मॉलहोल्डर हॉर्टिकल्चर एम्पावरमेंट एंड प्रमोशन प्रोजेक्ट के प्रोजेक्ट कोऑर्डिनेशन यूनिट में, स्थानीय व अप-स्केलिंग (SHEP PLUS) और परियोजना के पिछले चरणों (SHEP और SHEP UP) में तैनात रहे हैं। कर्मचारियों ने न केवल SHEP दृष्टिकोण के विकास में योगदान दिया बल्कि उन्होंने इसमें लगातार सुधार भी किया है। इसके अलावा, प्रोजेक्ट कोऑर्डिनेशन यूनिट ने बाईस (22) अफ्रीकी देशों के दो सौ (200) कर्मचारियों को प्रशिक्षित किया है, जो अब SHEP दृष्टिकोण को लागू कर रहे हैं। हम उन सभी के प्रयासों के साथ-साथ, भाग लेने वाले केन्याई किसानों, हितधारकों और मंत्रालय के शीर्ष प्रबंधन द्वारा मिले सहयोग की सराहना करते हैं।

SHEP UP/SHEP PLUS प्रोजेक्ट कोऑर्डिनेशन यूनिट के सदस्य	
नाम	प्रोजेक्ट में स्थान (पोजिशन)
कुमारी फ्रांसिस्का मालेंगे	राष्ट्रीय परियोजना समन्वयक (नेशनल प्रोजेक्ट कोऑर्डिनेटर)
श्री स्टीफन कियोकोस	फसल उत्पादन और गुणवत्ता नियंत्रण (क्रॉप प्रोडक्शन एंड क्वालिटी कंट्रोल)
श्री कॉलिन्स ओटिएनो	फसल उत्पादन और गुणवत्ता नियंत्रण (क्रॉप प्रोडक्शन एंड क्वालिटी कंट्रोल)
श्री थॉमस मुमु	लैंगिक मुख्यधारा और समूह सशक्तिकरण (जेंडर मेनस्ट्रीमिंग एंड ग्रुप एम्पावरमेंट)
सुश्री फ्लोरेंस वम्बुआ	लैंगिक मुख्यधारा और समूह सशक्तिकरण (जेंडर मेनस्ट्रीमिंग एंड ग्रुप एम्पावरमेंट)
श्री पीटर ओरांगी	प्रशिक्षण समन्वय/प्रशासन (ट्रेनिंग कोऑर्डिनेशन/एडमिनिस्ट्रेशन)
सुश्री एलिजाबेथ बुथिया	जांचना और परखना (मॉनिटरिंग एंड इवैल्यूएशन)
श्री रेमंड चेलुले	जांचना और परखना (मॉनिटरिंग एंड इवैल्यूएशन)
सुश्री एंटोनिना लुटास	सूचना प्रबंधन (इन्फॉर्मेशन मैनेजमेंट)
मिस्टर स्टीफन नज़िओका	डू-नू इंजीनियर का उपयोग करते हुए स्पॉट सुधार (स्पॉट इम्प्रूवमेंट यूजिंग डू-नू इंजीनियर)
सुश्री एलिस न्यागा	कृषि प्रसंस्करण अभियंता (एग्रो प्रोसेसिंग इंजीनियर)
मिस्टर डिशोन मकाया	जल संचयन एवं उपयोग अभियंता (वॉटर हार्वेस्टिंग एंड यूटिलाइजेशन इंजीनियर)
SHEP टीम	
श्री जेम्स ओगोला अरिम	डिप्टी टीम लीडर
सुश्री ग्रेस मबुथिया	फसल उत्पादन और गुणवत्ता नियंत्रण (क्रॉप प्रोडक्शन एंड क्वालिटी कंट्रोल)
सुश्री फ्लोरेंस मैंगोली	समूह सशक्तिकरण और लैंगिक मुख्यधारा (जेंडर मेनस्ट्रीमिंग एंड ग्रुप एम्पावरमेंट)
मिस्टर ज़ाब्लोन ओरेरे	समूह सशक्तिकरण और लैंगिक मुख्यधारा (जेंडर मेनस्ट्रीमिंग एंड ग्रुप एम्पावरमेंट)
सुश्री ग्रे यस किपलागाट	ग्रामीण बुनियादी ढांचा / प्रशासन (रूरल इंफ्रास्ट्रक्चर/एडमिनिस्ट्रेशन)

पुस्तिका के योगदानकर्ता

"सहायक स्टाफ के लिए SHEP हैंडबुक", इस दस्तावेज़ का प्रकाशन JICA और SHEP लागू करने वाले देशों की संयुक्त पहल से संभव हुआ। विशेष रूप से, अप्रैल और अक्टूबर 2017 के बीच लेसोथो, मलावी, दक्षिण अफ्रीका और जिम्बाब्वे सहित देशों की लगातार अध्ययन यात्राओं द्वारा विस्तृत जानकारी इकट्ठा की गई। JICA टीम द्वारा प्रारंभिक संस्करण तैयार किए जाने के बाद, ऊपर सूचीबद्ध देशों के प्रतिनिधियों की संपादकीय टीम द्वारा इसकी समीक्षा की गई। हैंडबुक का अंतिम संस्करण, जिसमें संपादकीय टीम की टिप्पणियों का असर दिखा, तैयार किया गया, और फिर इसे JICA टीम द्वारा प्रकाशित किया गया। नीचे संपादकीय टीम और JICA टीम के सदस्यों की सूची दी गई है जो पुस्तिका के मुख्य योगदानकर्ता हैं।



5 दिसंबर, 2017 को प्रिटोरिया, दक्षिण अफ्रीका में संपादकीय बैठक आयोजित की गई

[संपादकीय बैठक के प्रतिभागी]

कुमारी लिमाकात्सो मकोए, मुख्य फसल उत्पादन अधिकारी (बागवानी), कृषि मंत्रालय और खाद्य सुरक्षा, लेसोथो

श्रीमती मार्था मोखाथा, जिला बागवानी अधिकारी, कृषि और खाद्य मंत्रालय सुरक्षा, लेसोथो

श्री एंड्रयू चामांजा, वरिष्ठ कृषि व्यवसाय अधिकारी, कृषि विस्तार विभाग सेवाएं (डीआईएस), मलावी

श्री जफेट चिम्बेता झिंगानी, कृषि व्यवसाय अधिकारी, कृषि मंत्रालय, सिंचाई और जल विकास - कृषि विस्तार सेवा विभाग (डीआईएस), मलावी

सुश्री हारु किताजिमा, मुख्य सलाहकार, बाजार उन्मुख लघुधारक बागवानी परियोजना अधिकारिता और संवर्धन (एमए-एसएचईपी), मलावी

श्री वोंगानी शिवंबु, उप निदेशक: राष्ट्रीय विस्तार सहायता, विभाग कृषि, वानिकी और मत्स्य पालन, दक्षिण अफ्रीका

सुश्री एमफो मुदौ, सहायक निदेशक: राष्ट्रीय विस्तार सहायता, कृषि विभाग, वानिकी और मत्स्य पालन, दक्षिण अफ्रीका

श्री दयानंद चेट्टी, उप निदेशक, केजेडएन कृषि विभाग, ग्रामीण विकास, दक्षिण अफ्रीका

श्री ब्लेसिंग लुशाबा, वरिष्ठ कृषि सलाहकार, केजेडएन कृषि विभाग, ग्रामीण विकास, दक्षिण अफ्रीका

डॉ. खथु थिकोलोमो, निदेशक: फसल उत्पादन, कृषि और ग्रामीण विकास विभाग, लिम्पोपो प्रांत, दक्षिण अफ्रीका

श्रीमती सिबॉन्गाइल गिफ्ट मसवांगनी, वैज्ञानिक उत्पादन ग्रेड बी, लिम्पोपो कृषि और ग्रामीण विकास विभाग, दक्षिण अफ्रीका

श्री मगदानी ऐलवेई थॉमस, वरिष्ठ कृषि सलाहकार, लिम्पोपो कृषि और ग्रामीण विकास विभाग, दक्षिण अफ्रीका

डॉ. ममंतोआ सिंकी कागफोला, निदेशक: विस्तार और सलाहकार सेवाएं, म्मुमलंगा कृषि, ग्रामीण विकास, भूमि और पर्यावरण मामलों का विभाग, दक्षिण अफ्रीका

सुश्री थंडेकिले म्हुलाबाने, उप निदेशक: मूल्य श्रृंखला (विपणन), म्मुमलंगा कृषि, ग्रामीण विकास, भूमि और पर्यावरण मामलों का विभाग, दक्षिण अफ्रीका

सुश्री मटिल्डा सैम्बो, उप निदेशक: मूल्य श्रृंखला (मैक्रो एकनॉमिक्स), म्मुमलंगा कृषि, ग्रामीण विकास, भूमि और पर्यावरण

मामलों का विभाग, दक्षिण अफ्रीका

श्री असाह मुधेफी, उप निदेशक, भूमि मंत्रालय, कृषि और ग्रामीण पुनर्वास - कृषि, तकनीकी और विस्तार सेवा विभाग (AGRITEX), जिम्बाब्वे

श्रीमती हिल्डा टी. मंडित्सवारा, मुख्य कृषि विस्तार विशेषज्ञ-बागवानी, भूमि मंत्रालय, कृषि और ग्रामीण पुनर्वास - कृषि, तकनीकी और विस्तार सेवाएं विभाग (AGRITEX), जिम्बाब्वे

[JICA टीम]

डॉ. जिरो ऐकावा, वरिष्ठ सलाहकार, JICA

श्री कीसुके इतो, ग्रामीण विकास विभाग, JICA

सुश्री रीसा गोदो, ग्रामीण विकास विभाग, JICA

सुश्री योको इचिकावा, ग्रामीण विकास विभाग, JICA

श्री तोशियो मुराकामी, JICA दक्षिण अफ्रीका

सुश्री यूरी कोमिन, JICA दक्षिण अफ्रीका

सुश्री ईवा नदेरुमाकी, JICA दक्षिण अफ्रीका

श्री ताकुया ओइवा, दक्षिण अफ्रीका के JICA विशेषज्ञ

डॉ. कुमिको शुतो, SHEP दृष्टिकोण सलाहकार, IMG Inc.

भाग 1. संकल्पना

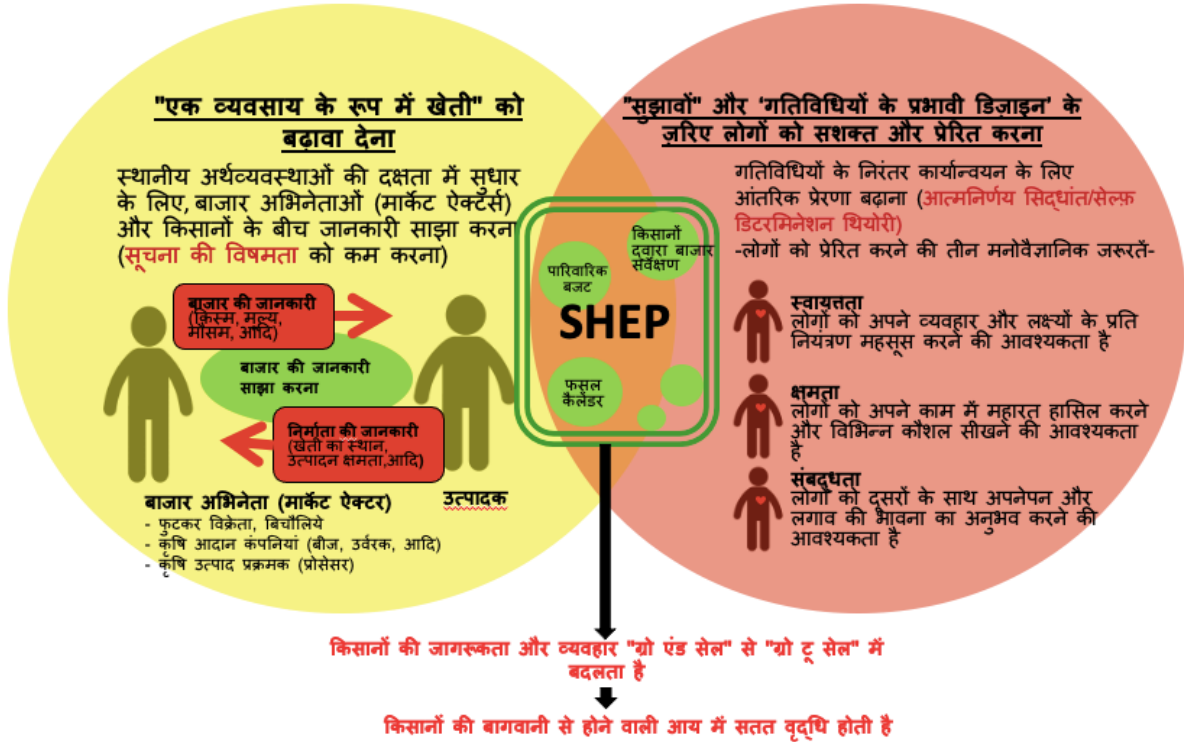
" भाग 1. संकल्पना" SHEP दृष्टिकोण की मुख्य अवधारणा को इसकी पृष्ठभूमि, फायदे और इसके ज़मीनी परिणामों और प्रभावों के साथ समझाता है।

1. SHEP दृष्टिकोण की संकल्पना (कॉन्सेप्ट)

1.1. SHEP दृष्टिकोण के दो प्रमुख स्तंभ

SHEP की रीढ़ के रूप में दो स्तंभ

SHEP दृष्टिकोण का उद्देश्य छोटे किसानों को, बागवानी फसलों की बाजार-उन्मुख कृषि को आगे बढ़ाने के उनके प्रयास में सशक्त बनाना है। यह किसानों को आवश्यक विपणन (मार्केटिंग) और उत्पादन कौशल प्रदान करने की कोशिश करता है, ताकि वे टिकाऊ तरीके से खेती को व्यवसाय के रूप में शुरू करने की क्षमता पैदा कर सकें। इस प्रक्रिया में SHEP, किसानों की स्वायत्त प्रेरणा को सहयोग देने पर जोर देता है, क्योंकि स्वायत्त प्रेरणा ही वो आवश्यक घटक है जिससे किसानों की आत्मनिर्भरता में इजाज़ा होता है और वो स्थायी परिणाम हासिल कर पाते हैं, यही SHEP की दृष्टि है। नीचे दिए गए चित्र में उन दो स्तंभों को दर्शाया गया है, जिन पर SHEP आधारित है। ये चित्र, "एक व्यवसाय के रूप में खेती को बढ़ावा देने" और "किसानों को सशक्त और प्रेरित करने", इन दोनों मुद्दों की बात करता है। ये दोनों स्तंभ, जो SHEP की रीढ़ हैं, अकादमिक वाद-विवाद (एकडेमिक डिस्कोर्स) और अनुसंधान (रिसर्च) द्वारा समर्थित हैं: पहला "मार्केट विद एसिमेट्रिक इनफार्मेशन" नामक एक आर्थिक सिद्धांत द्वारा और दूसरा "सेल्फ़ डेटर्मिनेशन थियोरी" नामक एक मनोवैज्ञानिक सिद्धांत द्वारा समर्थित है।



चित्र 1 SHEP के दो स्तंभ

आर्थिक सिद्धांत: "मार्केट विद एसिमेट्रिक इनफार्मेशन"

बाई ओर का गोला SHEP की मुख्य रणनीति को दर्शाता है, जिसमें उत्पादन-उन्मुख कृषि के बजाय बाजार-उन्मुख कृषि को बढ़ावा दिया जाता है। SHEP का मानना है कि विषम जानकारी, उदाहरण के लिए छोटे किसानों और बाजार के मुख्य अभिनेताओं, मसलन सब्जी खरीदारों, कृषि इनपुट विक्रेताओं, वित्तीय संस्थानों, आदि के बीच असंतुलित जानकारी एक असक्षम स्थानीय अर्थव्यवस्था के सबसे मज़बूत कारकों में से एक है, जिससे छोटे किसानों को अक्सर हानि होती है।

2001 में अर्थशास्त्र में नोबेल पुरस्कार विजेता रहे जॉर्ज एकरलोफ, माइकल स्पेंस और जोसेफ ई स्टिग्लिटज़ द्वारा प्रस्तावित "मार्केट विद असिमेट्रिक इनफार्मेशन" नामक आर्थिक सिद्धांत इस स्थिति को ठीक से समझाता है।

इस सिद्धांत का ये तर्क है कि **सूचना विषमता पर काबू पाना, लेन-देन में शक्ति के असंतुलन को सुधारने और कुशल स्थानीय अर्थव्यवस्था को जीवंत करने की कुंजी है।** इस समझ के आधार पर SHEP, किसानों को उनके और उनके व्यापार भागीदारों के बीच सूचना के अंतर को भरने में मदद करता है, जैसे कि किसानों को मार्केट सर्वे कैसे करना है, यह सिखाना, साथ ही उन्हें बाजार के अभिनेताओं (मार्केट ऐक्टर्स) के साथ व्यावसायिक सम्बंध स्थापित करने में मदद करना (कॉलम 1)।

कॉलम 1: SHEP द्वारा सूचना की विषमता को कम करना

समस्याएं, जो विषम जानकारी के कारण पैदा होती हैं

- व्यापार, यानी बागवानी फसलों की खरीद और बिक्री, स्थापित नहीं है, क्योंकि न खरीदार उत्पादकों को ढूंढ पा रहे हैं और न ही उत्पादक खरीदारों को, फसलें बाजार की आवश्यकताओं को पूरा नहीं कर रही हैं, और कई बार फसलों की कम आपूर्ति हो रही है, आदि।
- कीमतों को तोड़ा-मरोड़ा जा सकता है क्योंकि किसान बाजार की सही कीमतों से अनजान होते हैं, इसी कारण वो बेजा ही कम कीमतों पर बेचने को राज़ी होने के लिए मजबूर होते हैं।
- लेन-देन निरंतर नहीं होता या अस्थिर होता है क्योंकि खरीदार और निर्माता ऐसे व्यावसायिक नेटवर्क स्थापित नहीं कर सकते, जिन पर वे भरोसा कर सकें।
- लेन-देन की लागत, जैसे कि ढूँढने और सौदेबाजी की लागत, बड़ी होती है क्योंकि स्थिर व्यावसायिक सम्बंध न होने के कारण उत्पादक और खरीदार दोनों को हर बार अपने व्यावसायिक भागीदारों को खोजना पड़ता है।



समाधान, SHEP के, किसान द्वारा किए गए मार्केट सर्वे और स्टेकहोल्डर फ़ोरम जैसे माध्यमों के द्वारा

- किसान बाजार के हितधारकों के साथ व्यापार सम्बंध स्थापित करते हैं।
- किसान बाजार की मांगों (पसंदीदा फसलों, किस्मों, मात्रा, गुणवत्ता, चरम मांग अवधि, आदि) के बारे में जानकारी प्राप्त करते हैं।



फ़ोटो: मलावी

परिणाम, विषम जानकारी कम करने के बाद

- किसान अपने व्यापार नेटवर्क को बढ़ाते हैं, जिससे उनके पास अपने व्यापार भागीदारों (बिज़नेस पार्टनर्स) में से चुनने के लिए अधिक विकल्प होते हैं।
- किसान और बाजार हितधारक(स्टेकहोल्डर) एक-दूसरे की स्थितियों को समझते हैं और ऐसी परिस्थिति बनाने पर काम करते हैं, जिसमें दोनों की ही जीत हो।
- किसान बागवानी बाजार में प्रवेश करने के लिए विभिन्न अवसरों की खोज करते हैं।
- किसान और बाजार हितधारक(स्टेकहोल्डर) निरंतर व्यापार के लिए आपस में विश्वास कायम करते हैं।

मनोवैज्ञानिक सिद्धांत: "सेल्फ़ डेटर्मिनेशन थियोरी"

अमेरिकी मनोवैज्ञानिकों, एडवर्ड डेसी और रिचर्ड रयान ने मानव प्रेरणा पर अपने सिद्धांत "सेल्फ़ डेटर्मिनेशन थियोरी" में लोगों को प्रेरित करने वाली तीन मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं के बारे में बताया। **सिद्धांत के अनुसार, स्वायत्तता, योग्यता या संबद्धता, जब लोगों की इन ज़रूरतों का समर्थन किया जाता है, तो लोग प्रेरित महसूस करते हैं।** SHEP के मामले में, गतिविधियों की एक श्रृंखला तैयार की जाती है ताकि वे इन तीन मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं (कॉलम 2) को ध्यान में रखते हुए, बाजारोन्मुख कृषि के प्रति किसानों की प्रेरणा जगा सकें। उदाहरण के लिए, किसानों को अपने दम पर मार्केट सर्वे करने के लिए कहा जाता है, ताकि वो ये महसूस कर सकें कि उनके काम पर उनका खुद का नियंत्रण है, इस तरह उनकी स्वायत्तता की ज़रूरत को मदद मिलती है। सफलतापूर्वक मार्केट सर्वे करने से किसानों को यह भी लगता है कि उन्होंने इस खास काम में महारत (कौशल और ज्ञान) हासिल कर ली है और नए कौशल सीखे हैं, जो उनकी योग्यता का समर्थक है। अंत में, SHEP मार्केट सर्वे करने वाले किसान प्रतिनिधियों से कहता है कि वे अपने किसान समूह में वापस जाएं और सर्वेक्षण के परिणामों को अपने साथी किसानों के साथ साझा करें। किसान इस प्रक्रिया के माध्यम से समूह के दूसरे सदस्यों के साथ अपनापन और लगाव महसूस करते हैं, जो बदले में **संबद्ध होने की उनकी** मनोवैज्ञानिक आवश्यकता में सहयोग देता है।

स्वायत्तता

स्वायत्तता की जरूरत, स्वयं की पहल पर कार्य करने की इच्छा या कहें कि दूसरों द्वारा नियंत्रित न होने की इच्छा है। लोग शतरंज के खेल में मोहरा नहीं बनना चाहते, बल्कि खुद शतरंज के



खिलाड़ी बनना चाहते हैं। किसानों की स्वायत्तता की जरूरत का समर्थन करने के लिए, विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को अपनी भाषा के प्रति सावधान रहने की सलाह दी जाती है और उन्हें किसानों को कभी भी किसी कार्य को करने का आदेश नहीं देना है। किसानों को हर एक SHEP गतिविधि में शामिल होने के जरूरी कारण बताये जाने चाहिए, क्या काम करना है और कैसे करना है, इस पर उनकी राय सुनें और उन्हें विकल्प मुहैया कराएं। काम के प्रति किसानों के असंतोष और आलोचना को स्वीकार करना भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि इससे किसान यह अनुभव करेंगे कि उनके दृष्टिकोण को उपयोगी समझा जा रहा है, जो अपनी पहल पर कार्य करने की उनकी भावना को बढ़ावा देता है।

संबद्धता

संबद्धता, दूसरों के साथ अच्छे सम्बंध रखने की इच्छा है। काम देने वाले और लेने वाले व्यक्ति के आपसी सम्बन्ध का प्रभाव काम करने वाले के काम के प्रति उत्साह पर पड़ता है। विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) के तौर पर, संबद्धता बढ़ाने के लिए SHEP गतिविधियों में हिस्सा लेने वाले किसानों द्वारा भरोसा किया जाना सबसे महत्वपूर्ण बात है। किसानों के साथ विश्वास बनाने के लिए विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को सलाह दी जाती है कि वे यह ध्यान से सुनें कि किसानों का SHEP के साथ अपने जुड़ाव के विषय में क्या कहना है। साथ ही ये भी जरूरी है कि वे किसानों के लिए शारीरिक और मनोवैज्ञानिक दोनों रूप से उपलब्ध रहें, ताकि वे उन पर भरोसा कर सकें।



फोटो: लेसोथो

(जापान इंटरनेशनल कोऑपरेशन एजेंसी (2016) से अनुकूलित "इंद्रोडकशन टू द सायकॉलजी ऑफ़ इंटरनेशनल कोऑपरेशन")

सक्षमता

सक्षमता अपने आस-पास के वातावरण से प्रभावी ढंग से संवाद करने की क्षमता है। हम तब सक्षम महसूस करते हैं जब हम पहले से योजनाबद्ध कार्य को पूरा करने में सक्षम होते हैं, जब हमें लगता है कि हम अपनी



क्षमताओं में सुधार कर रहे हैं और हमारी जिज्ञासा संतुष्ट हो रही है। विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) किसानों की सक्षमता की जरूरत पूरा करने में सहयोग दे सकते हैं। कैसे?- SHEP गतिविधि के हर एक काम (टास्क) को इस तरह डिजाइन करके ताकि उनकी कठिनाई किसानों के हिसाब से एकदम सही स्तर पर हो। इस तरह किसान अपनी उपलब्धियों का सही मूल्यांकन कर सकेंगे, साथ ही किसानों को विभिन्न SHEP गतिविधियों को क्यों, कब, कैसे और कितना करने की जरूरत है, इसके लिए एक स्पष्ट संरचना मुहैया कराई जानी चाहिए, ताकि प्रत्येक SHEP ट्रेनिंग असाइनमेंट के निर्धारित लक्ष्य को हासिल किया जा सके।

स्थिरता के लिए दो आवश्यकताओं को पूरा करना

SHEP की ताकत इस तथ्य में निहित है कि इसकी सभी गतिविधियों को इस प्रकार डिजाइन किया गया है कि ये एक ही समय में ऊपर बताए गए आर्थिक और मनोवैज्ञानिक सिद्धांतों की आवश्यकताओं को पूरा कर सके। दूसरे शब्दों में कहा जाये तो, SHEP बाजार में सूचनाओं की विषमता को कम करने का प्रयास करता है, साथ ही यह किसानों की स्वायत्तता, क्षमता या संबंधितता की मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं का भी समर्थन करता है। इस दोहरे-उद्देश्य वाले हस्तक्षेप के कारण, योजनाबद्ध किसान SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद सरकार की मदद के बिना भी अपनी पहल पर अपने कृषि व्यवसाय का प्रबंधन करने में सक्षम होंगे। अंततः SHEP का दृष्टिकोण, किसानों को आत्मनिर्भर बनने के लिए प्रशिक्षित करना है ताकि वे अपने कृषि व्यवसाय को विकसित करना जारी रख सकें और निर्भरता का दुश्चक्र पैदा किए बिना अपनी आजीविका में सुधार कर सकें।

1.2. SHEP के चार आवश्यक चरण

चार आवश्यक चरण

सेल्फ डेटर्मिनेशन थियोरी के संदर्भ में, SHEP लक्षित (टारगेटेड) किसानों को क्षमता विकास प्रशिक्षणों की एक श्रृंखला मुहैया कराता है, ताकि उनकी तीन मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं का समर्थन कर किसानों में प्रेरणा (मोटिवेशन) बढ़ाई जा सके। उदाहरण के लिए, SHEP, किसानों को विविध प्रशिक्षण सर्वोत्तम क्रम में देता है। इस क्रम को "SHEP के चार मूलभूत चरण" कहा जाता है, जैसा कि नीचे दर्शाया गया है।

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फोरम - मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-जमीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	

चित्र 2 चार आवश्यक चरण

[चरण 1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें] सबसे पहले और सबसे महत्वपूर्ण, SHEP मानता है कि उसका पहला महत्वपूर्ण चरण, लाभार्थी किसानों के साथ SHEP की दृष्टि और उसके लक्ष्य साझा करना है, क्योंकि ये स्वयं किसान हैं, जो प्रशिक्षण पाठ्यक्रम के दौरान आर्थिक रूप से व्यावहारिक कृषि व्यवसाय को मूर्त रूप देने के लिए सबसे अधिक प्रयास करते हैं।

SHEP जिस लक्ष्य को प्राप्त करने की कोशिश करता है, उसके लिए किसानों को उस लक्ष्य के प्रति आश्वस्त होने और उससे सहमत होने की ज़रूरत है। **संवेदीकरण कार्यशाला** का आयोजन, इस लक्ष्य को लक्षित (टारगेटेड) किसानों के साथ साझा करने का खास तरीका है। (इस पुस्तिका के भाग 2 में "1.1. संवेदीकरण कार्यशाला" देखें)

[चरण 2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है] दूसरा चरण बागवानी खेती के अवसरों और संभावनाओं के क्षेत्र के प्रति किसानों की जागरूकता बढ़ाने से संबंधित है। यह कदम अत्यंत महत्वपूर्ण है क्योंकि इस जागरूकता के बिना, इसकी संभावना कम है कि किसान अपनी कृषि पद्धतियों में बदलाव लाने के लिए प्रेरित हो पाएंगे। इस कदम में मुख्य रूप से किसानों को व्यापार और बाजार की वास्तविकताओं से परिचित कराना शामिल है। चरण 2 की गतिविधियों में सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे), स्टेकहोल्डर फोरम (वैकल्पिक गतिविधि के रूप में) और किसानों द्वारा स्वयं मार्केट सर्वे का आयोजन शामिल हैं। (इस पुस्तिका के भाग 2 में "2.1. सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण", "2.2 स्टेकहोल्डर फोरम", और "2.3. मार्केट सर्वे" देखें)

कृपया ध्यान दें कि स्टेकहोल्डर फोरम को एक वैकल्पिक गतिविधि माना जाता है; दूसरे शब्दों में एक ऐसी गतिविधि जिसे संचालित किया जाना है, बशर्ते पर्याप्त वित्तीय और मानव संसाधन उपलब्ध हों और लक्षित क्षेत्रों की स्थानीय सामाजिक-आर्थिक स्थितियों को देखते हुए इस गतिविधि के उपयुक्त और प्रभावी होने की पुष्टि हो।

[चरण 3. किसान निर्णय लेते हैं] दूसरे चरण में किसानों को जो जागरूकता मिली है और नया ज्ञान हासिल हुआ है, उसके बाद वे बदलाव करने का निर्णय लेते हैं। यह तीसरा चरण है। इस प्रक्रिया में किसानों द्वारा लक्षित(टारगेट) फसलों का चुनाव करना और फसल कैलेंडर नामक एक योजना बनाना शामिल है, ताकि वो एक रणनीति बनाकर अपनी लक्षित फसलों(टारगेट) की सही समय पर,

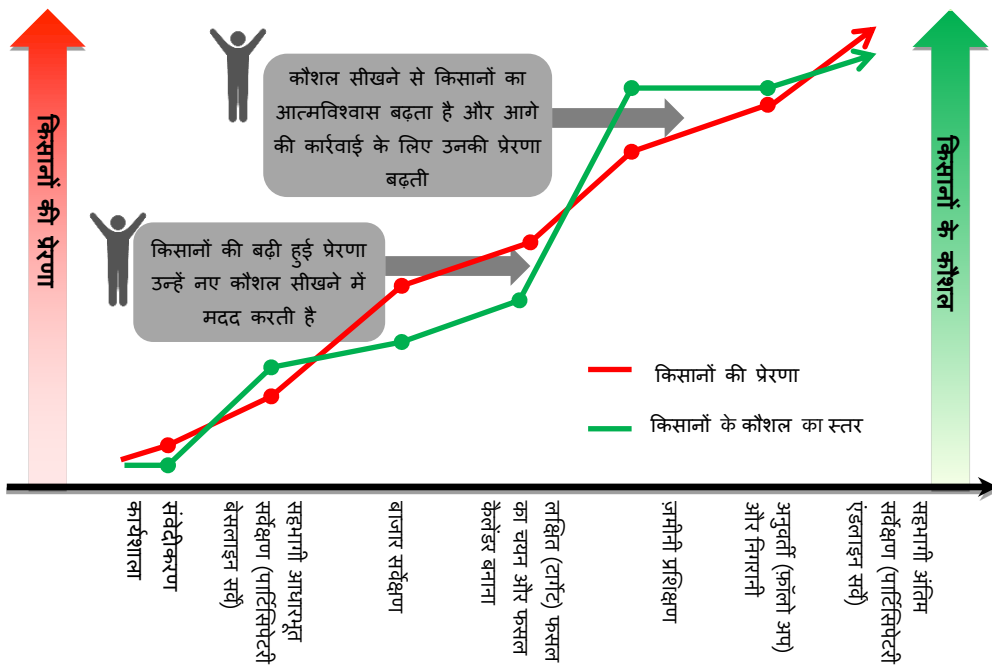
अपनी पसंद के विशिष्ट बाजारों तक आपूर्ति करने में सक्षम हो सकें। (इस पुस्तिका के भाग 2 में "3.1. लक्षित(टारगेट)फसल चयन" और "3.2. फसल कैलेंडर बनाना" देखें)

[चरण 4. किसान कौशल हासिल करते हैं] अंतिम चरण के रूप में, SHEP कार्यान्वयनकर्ता किसानों को तकनीकी समाधान मुहैया करते हैं, यानी किसानों को चयनित फसलों के लिए ज़मीनी प्रशिक्षण देते हैं, ताकि वे अपनी योजना के अनुसार फसलों का उत्पादन कर सकें (इस पुस्तिका के भाग 2 में "3.1. लक्षित(टारगेट) फसल चयन" और "3.2 फसल कैलेंडर बनाना" देखें)।

[अनुवर्ती(फ़ॉलो अप) और निगरानी] चार चरणों को पूरा करने के बाद, अनुवर्ती और निगरानी यह सुनिश्चित करने के लिए आयोजित की जाती है कि किसानों ने जो सीखा है, वे उसे अपने दैनिक कृषि व्यवसाय में लागू कर रहे हैं। (पुस्तिका में "5 इस पुस्तिका में अनुवर्ती और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण सहित) देखें")

प्रेरणा और कौशल विकास के बीच परस्पर संबंध

SHEP दृष्टिकोण, समय खपाने वाले चार चरणों से गुजरने के बजाय सीधे चौथे चरण, ज़मीनी प्रशिक्षण से शुरुआत क्यों नहीं करता? ऐसा इसलिए है क्योंकि SHEP का मानना है कि नए कौशल सीखने और उन्हें हासिल करने के लिए पहले किसानों को प्रेरित करने की ज़रूरत है। SHEP के अनुसार प्रशिक्षण गतिविधियों के दौरान किसानों की प्रेरणा और कौशल विकास के बीच परस्पर सम्बंध को ध्यान में रखा जाना चाहिए। जैसा कि नीचे दिए गए चित्र में दिखाया गया है, यदि किसान प्रेरित नहीं हैं, तो उनके लिए कुछ नया सीखना मुश्किल होगा। दूसरी ओर, अगर वे महसूस करें कि उनके कौशल में सुधार हो रहा है, तो उनका आत्मविश्वास मजबूत होगा और वे आगे की कार्रवाई करने के लिए प्रेरित होंगे।



चित्र 3 प्रेरणा (मोटिवेशन) और कौशल विकास के बीच अंतर्संबंध

SHEP के चार चरण, या गतिविधियों का सर्वोत्तम क्रम, जिसका केन्या में जांच और सत्यापन किया गया था, किसानों की प्रेरणा और कौशल विकास के बीच इस परस्पर सम्बंध को पूरी तरह से ध्यान में रखता है। इसलिए ये किसानों के कौशल हासिल करने और उच्च प्रेरणा के मामले में ज़मीन पर सर्वोत्तम परिणाम ला सकता है।

1.3. SHEP में लिंग(जेंडर)

SHEP दृष्टिकोण लिंग (जेंडर) को छोटे बागवानी किसानों के लिए कृषि व्यवसाय प्रबंधन का एक अभिन्न और अनिवार्य हिस्सा मानता है। SHEP के लक्ष्य यानी घरेलू आजीविका में सुधार को प्राप्त करने में लिंग (जेंडर) एक आवश्यक पहलू है। यदि हस्तक्षेप के दौरान लैंगिक समानता पर विचार नहीं किया जाए, तो खेती करने वाले जोड़ों को निर्णय लेने में असहमति का सामना करना पड़ सकता है और पति या पत्नी, दोनों में से किसी एक को इन थकाऊ और समय लेने वाले कृषि कार्यों का एकतरफा बोझ उठाना पड़

सकता है। केन्या में, प्रत्येक गतिविधि में लैंगिक मुद्दों को ध्यान से देखा गया था और इसके नतीजतन, खेती करने वाले जोड़े कृषि व्यवसाय प्रबंधन के सक्रिय खिलाड़ी बन गए। अंत में इस बदलाव से उनकी आजीविका में सुधार हुआ।

लिंग मानदंड और मुद्दे, देशों और क्षेत्रों के आधार पर अलग-अलग प्रकार के हैं। उदाहरण के लिए, कुछ ऐसे समुदाय हो सकते हैं जहां लोग ये सोच रखते हों कि पुरुषों और महिलाओं को एक साथ मीटिंग में नहीं बैठना चाहिए। अन्य समुदायों में कृषि में केवल महिलाएं कार्यरत हो सकती हैं क्योंकि उनके पति शहर से बाहर, प्रवासी श्रमिकों के रूप में काम कर रहे हैं। किसी भी मामले में, चूंकि पति और पत्नी, दोनों घरेलू अर्थव्यवस्था के प्रबंधन में बुनियादी इकाई हैं, इसलिए उन्हें व्यवसाय के रूप में खेती को बढ़ावा देने वाले व्यावसायिक भागीदार के रूप में देखना ज़रूरी है। इसलिए, SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं को सलाह दी जाती है कि वे लक्षित (टारगेटेड) किसान समुदायों के लैंगिक संबंधों और मानदंडों पर खास ध्यान दें और समुदायों की स्थानीय-विशिष्ट स्थितियों के अनुरूप विस्तार गतिविधियों की योजना बनाएं।



चित्र 4 SHEP में लिंग (जेंडर) को मुख्यधारा में लाना

जैसा कि चित्र 4 में दिखाया गया है, केन्या में SHEP तीन अलग-अलग दृष्टिकोणों से लैंगिक मुद्दों को संबोधित करता है: (1) समान अवसर, (2) लैंगिक भूमिकाओं की समीक्षा और (3) मिलकर फैसला लेना। इन दृष्टिकोणों को SHEP में शामिल करने के लिए, SHEP कार्यान्वयन के सभी चरणों में लिंग को मुख्यधारा में लाने पर काम करना आवश्यक है। यह पुस्तिका लिंग को मुख्यधारा में लाने के लिए कुछ संकेत¹ मुहैया करती है, जो "भाग 2. अभ्यास" अध्याय में प्रत्येक SHEP गतिविधि की "जांच सूची" में शामिल हैं। यदि लक्षित(टारगेटेड) समुदायों की लिंग स्थितियां केन्या के समान हैं, तो कृपया संकेतों का उपयोग करें।

¹पुस्तिका में सूचीबद्ध संकेत सामान्य प्रकृति के हैं और हर देश या क्षेत्र की स्थिति के लिए हिसाब से नहीं हैं। इसलिए, कार्यान्वयनकर्ताओं को सलाह दी जाती है कि वे लक्षित(टारगेटेड) समुदायों के जेंडर मुद्दों को ध्यान से देखें और सर्वोत्तम संकेत तैयार करें, जो उनके देशों या क्षेत्रों में जेंडर को मुख्यधारा में लाने में सुविधा प्रदान करें।

2. SHEP के लाभ

2.1. SHEP अन्य दृष्टिकोणों से किस प्रकार भिन्न है?

SHEP विभिन्न रोजगार उपकरणों और तकनीकों को इस्तेमाल में लाता है, जो पारम्परिक दृष्टिकोणों से भिन्न हैं। SHEP का मार्गदर्शक सिद्धांत (गाइडिंग प्रिंसिपल) यह है कि गतिविधि करवाने के पूरे दौरान किसानों को प्रेरित करना और सशक्त बनाना है, जैसा कि "1.1. SHEP दृष्टिकोण के दो प्रमुख स्तंभ" में बताया गया है। इसलिए, SHEP हमेशा क्षमता विकास पर ध्यान केंद्रित करता है, जिसमें जमीनी स्तर पर प्रभाव डालने पर अत्यधिक ध्यान दिया जाता है। नीचे किसान-केंद्रित दृष्टिकोण के कुछ ठोस उदाहरण दिए गए हैं जिनका SHEP पालन करता है।



फोटो: केन्या

संवेदीकरण कार्यशाला

- किसानों को सूचित किया जाता है कि SHEP विशुद्ध रूप से तकनीकी सहायता है और उन्हें सीधे तौर पर कोई वित्तीय या भौतिक सहायता नहीं दी जाएगी।
- किसान अपनी तकनीकी क्षमता विकसित करके आत्मनिर्भर बनने के लिए SHEP में भाग लेने की सहमति देते हैं।

आधारभूत (बेसलाइन) सर्वे और अंतिम (एंडलाइन) सर्वे

- विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) और किसान मिलकर सर्वेक्षण करते हैं।
- न्यूनतम लेकिन महत्वपूर्ण डेटा एकत्र किया जाता है और किसान स्वयं सर्वेक्षण फॉर्म भर सकते हैं।

(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फोरम

- फोरम में केवल लघु बागवानी उद्योग में शामिल बाजार के सबसे प्रासंगिक खिलाड़ियों को ही आमंत्रित किया जाता है। किसान आराम से प्रतिभागियों के साथ आमने-सामने की व्यापारिक बातचीत कर सकते हैं।

मार्केट सर्वे

- किसान आसपास के बाजारों में जाते हैं और देखते हैं कि फसलें कैसे बिकती हैं। वे न केवल कीमतों के बारे में जानकारी एकत्र करते हैं बल्कि बाजार की जरूरतों, जैसे कि बिकने योग्य फसलों और आवश्यक गुणवत्ता और मात्रा की समझ भी हासिल करते हैं।
- किसानों को भी मौका मिलता है कि वो बाजार के खिलाड़ियों (मार्केट प्लेयर्स) को जानें और उनके साथ व्यक्तिगत नेटवर्क स्थापित करें।

लक्षित (टारगेट) फसल का चयन और फसल कैलेंडर बनाना

- विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) द्वारा मिली तकनीकी और बाजार से इकट्ठा की गई जानकारी के आधार पर किसान खुद तय करते हैं कि किस फसल को किस समय पर उगाना है।

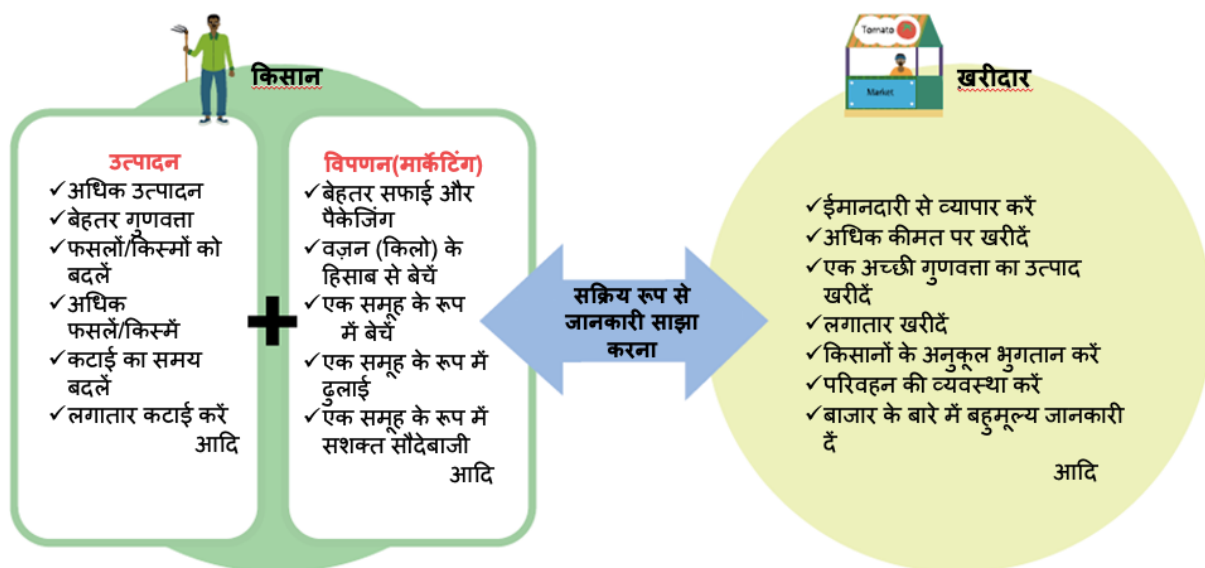
जमीनी प्रशिक्षण

- विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) किसानों को खुद उनके द्वारा चुनी गई फसलों पर प्रशिक्षण देते हैं, यानी मांग-संचालित (डिमांड ड्रिवन) प्रशिक्षण।

2.2 SHEP दृष्टिकोण के परिणाम और इसके असर

SHEP कार्यान्वयन करने वाले देशों (जैसे केन्या) के अनुभवों ने अब तक यह साबित कर दिया है कि SHEP दृष्टिकोण लक्षित

(टार्गेटेड) किसानों और बाजार हितधारकों, दोनों पर कई सकारात्मक प्रभाव डाल सकता है। SHEP के बाद कुछ आए सामान्य परिवर्तन इस प्रकार हैं:



चित्र 5 SHEP के बाद सकारात्मक परिवर्तन

[कृषि पद्धतियों में परिवर्तन]

- किसानों ने खेती की उन तकनीकों को लागू किया जिन्हें SHEP ने उन्हें सिखाया था।
- किसानों ने बाजार की जरूरत के अनुसार फसलों या फसलों की किस्मों को बदला।
- किसान प्रमाणित बीज का प्रयोग करने लगे।
- किसानों ने रोपण का समय बदला ताकि वे चरम मांग की अवधि में कटाई कर सकें।
- किसानों ने बागवानी फसलों के लिए कृषि भूमि का विस्तार किया ताकि वे बाजार की मांग को पूरा कर सकें।
- किसानों ने विपणन (मार्केटिंग) योग्य फसलों की गुणवत्ता में सुधार के लिए उपयुक्त फसल प्रबंधन तकनीकों का इस्तेमाल किया।

[प्रबंधन और विपणन(मार्केटिंग) पद्धतियों में परिवर्तन]

- किसानों ने नियमित रूप से मार्केट सर्वे करना शुरू कर दिया।
- किसानों ने फसल उगाने का फैसला करने से पहले बाजार की जरूरतों पर शोध किया।
- किसानों ने खेती का रिकॉर्ड रखना शुरू कर दिया।
- किसानों ने कृषि गतिविधियों की योजना बनानी शुरू कर दी।
- किसानों ने संभावित खरीदारों से संपर्क बनाए रखा और फ़ोन पर नियमित रूप से सूचनाओं का आदान-प्रदान किया।
- किसानों ने कुछ फसलों को बाजार की आवश्यकता के अनुसार पैक किया।
- किसानों को नियमित ग्राहक (खुदरा विक्रेता, थोक व्यापारी, बिचौलिया, आदि) मिलने लगे जो विश्वसनीय और भरोसेमंद थे।
- किसानों ने निर्यात कंपनियों या खाद्य प्रसंस्करण कंपनियों के साथ अनुबंध खेती (कांट्रैक्ट फ़ार्मिंग) शुरू की।
- किसानों ने यह सुनिश्चित किया कि खुदरा विक्रेता जब अपनी फसल खरीदने के लिए खेत में आए, तो समूह के बहुत से सदस्य ट्रक पर फसल लोड करने में उनकी मदद करें।

[किसान समूहों की गतिविधियों में परिवर्तन]

- किसान समूहों ने मजबूत एकता विकसित की और सदस्यों के बीच विश्वास पैदा हुआ।
- किसान समूहों ने सामूहिक रूप से खरीदारी और बिक्री शुरू की।
- किसान समूह के सदस्यों ने आपस में समन्वय स्थापित किया ताकि वे एक समूह के रूप में बाजार में लगातार उत्पाद की आपूर्ति कर सकें।
- बागवानी खेती से अर्जित किए गए धन से किसान समूहों ने खेती के लिए जरूरी बुनियादी ढांचे जैसे सिंचाई सुविधाओं में

निवेश किया।

- किसान समूहों ने अपनी सदस्यता का विस्तार किया और आधिकारिक तौर पर सहकारी समितियों के रूप में खुद को पंजीकृत किया।

[आजीविका में परिवर्तन]

- बड़ी हुई आय के साथ किसानों ने घर, मोटरसाइकिल, कार या जमीन खरीदी।
- किसानों ने अपने बच्चों को निजी स्कूलों या उच्च स्तरीय शिक्षण संस्थानों में भेजा।
- किसानों ने अतिरिक्त आय अर्जित करने के लिए बागवानी से होने वाली आय का उपयोग, खेती से दूर (ऑफ-फार्म) अंशकालिक (पार्ट-टाइम) व्यवसायों जैसे, बाल काटने की दुकान और व्यावसायिक खोकों में निवेश के लिए किया।

[पारिवारिक रिश्तों में बदलाव]

- पति-पत्नियों ने कृषि प्रबंधन पर विचारों का आदान-प्रदान करना शुरू कर दिया और संयुक्त रूप से निर्णय लिए।
- पति-पत्नियों ने अपनी लैंगिक भूमिकाओं की समीक्षा की और पाया कि खेती और घरेलू दोनों कामों में श्रम का अधिक कुशल विभाजन हो सकता है।
- पति-पत्नी मिलकर अपने परिवार के बजट का प्रबंधन करने लगे।
- पति कम शराब पीने लगे और खेती पर ज्यादा समय बिताने लगे, जिससे उनकी पत्नियों के साथ सम्बंध बेहतर हुए।
- बच्चे खेती के काम में अपने माता-पिता का हाथ बंटाने लगे।
- जवान ग्रामीणों ने नौकरी खोजने के लिए शहर जाने के बजाय समुदाय में रहना और खेती करना शुरू किया।

भाग 2 | अभ्यास

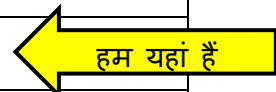
भाग 2. “अभ्यास” विस्तार से बताता है कि SHEP दृष्टिकोण के अंतर्गत प्रत्येक गतिविधि को कैसे किया जाए।

1. चरण 1 - किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें

SHEP दृष्टिकोण का पहला चरण है SHEP के लक्ष्य को किसानों के साथ साझा करना। SHEP किसानों को सामग्री या वित्तीय सहायता देने का तरीका नहीं है। यह क्षमता का विकास करने के लिए हस्तक्षेप करने का एक तरीका है, जहां किसानों को SHEP में अपनी भागीदारी के माध्यम से नए ज्ञान और कौशल सीखने के लिए मजबूती से प्रतिबद्ध होना चाहिए। SHEP का अंतिम लक्ष्य किसानों को तकनीकी और सामाजिक दोनों रूप से सशक्त बनाना है, ताकि वे एक उद्यमी मानसिकता के साथ बाजार-उन्मुख कृषि या “व्यवसाय के रूप में खेती” करना जारी रख सकें। यह संदेश किसानों तक स्पष्ट रूप से पहुंचाया जाना चाहिए ताकि वे SHEP के लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए प्रेरित हों।

1.1. संवेदीकरण कार्यशाला

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम - मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	- जमीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	



क्यों ? - उद्देश्य

संवेदीकरण कार्यशाला का उद्देश्य **SHEP के दृष्टिकोण और लक्ष्य को किसानों के साथ साझा करना** है, ताकि उन्हें उद्यमशील आकांक्षाओं वाला आत्मनिर्भर किसान बनने में मदद की जा सके।



क्या ? - खाका

एक बार लक्षित (टारगेट) किसानों का चयन हो जाने के बाद, SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम के विवरण और समय-सीमा के साथ-साथ SHEP दृष्टिकोण के लक्ष्य को समझाने के लिए संवेदीकरण कार्यशाला (वर्कशॉप) कराई जाती है।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- संवेदीकरण कार्यशाला एक महत्वपूर्ण शुरुआती चरण है, जहां कार्यान्वयनकर्ता और किसान, SHEP के दृष्टिकोण को साझा करते हैं।
- किसान ये बात समझते हैं और इससे सहमत भी हैं कि बाजार-उन्मुख कृषि को आगे बढ़ाने के लिए **किसानों की अपनी पहल से ही** ये सपना साकार हो सकता है।
- किसान समझते हैं कि SHEP **विशुद्ध रूप से तकनीकी सहायता है** और इसमें सरकार से **किसी भी वित्तीय और भौतिक सहायता का प्रावधान नहीं है।**

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना

हमें खुशी है कि हमारे विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ) हमारी चुनौतियों को समझते हैं और सुधार करने में हमारी मदद करते हैं।

संबद्धता के लिए समर्थन

हम अपने बागवानी व्यवसाय को आगे बढ़ाने की अपनी कार्रवाई के खुद "मालिक" हैं।

स्वायत्तता के लिए समर्थन

हम इस बात से उत्साहित हैं कि हम कुछ नया सीख सकते हैं।

सक्षमता के लिए समर्थन

चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय²: 1-2 घंटे)

1. एक ऐसी जगह पर बैठक आयोजित करें जहां किसान आसानी से इकट्ठा हो सकें, जैसे सामुदायिक हॉल, चर्च, स्कूल, समूह के नेता का घर, आदि।
2. समूह के प्रभार संभाल रहे विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) सहित कार्यान्वयनकर्ता, SHEP दृष्टिकोण का सार समझाते हैं ताकि दोनों पक्ष इस दृष्टि(विज्ञान) को साझा कर सकें।
3. SHEP गतिविधियों का विवरण और समय-सीमा, SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम को पूरा करने के लिए किसानों की भूमिकाएं और जिम्मेदारियां, इन सबको आगे विस्तार से समझाया जाना चाहिए।
4. कार्यान्वयनकर्ताओं को इस बात पर जोर देना चाहिए कि प्रशिक्षण में पुरुष और महिला दोनों सदस्यों को समान रूप से भाग लेने की आवश्यकता है। इसके अलावा, सदस्यों और उनके जीवनसाथियों को SHEP कार्यान्वयन के दौरान, निर्णय लेने के दौरान और गतिविधि कार्यान्वयन में सक्रिय रूप से भाग लेने की ज़रूरत है। कार्यान्वयनकर्ताओं को लैंगिक समानता और महिला सशक्तिकरण के महत्व पर होने वाली चर्चा में शामिल होने के लिए किसानों की मदद करनी चाहिए।



फोटो: जिम्बाब्वे

हम हमेशा सब्जियां पहले पैदा करते थे और इस बात की चिंता बाद में करते थे कि इन्हें बेचेंगे कहा। यह "ग्रो एंड सेल" व्यवहार है।

बिल्कुल सही। इसलिए हमें समय पर बाजार खोजने में हमेशा परेशानी होती थी। SHEP के माध्यम से, हम "ग्रो टू सेल" का अभ्यास कर पाएंगे!



फोटो: ताकेशी कुनो/JICA, केन्या

जांच सूची - इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान आगामी प्रशिक्षणों की समय सारिणी को समझते हैं और इससे सहमत हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान समझते हैं और ये बताते हैं कि SHEP के प्रतिभागियों के रूप में उनके पास क्या भूमिकाएं, जिम्मेदारियां और अधिकार हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान अपने उस लक्ष्य की कल्पना और व्याख्या कर सकते हैं, जिसे वे SHEP प्रशिक्षण सत्रों के पूरा होने पर प्राप्त करेंगे।
- ❑ प्रतिभागियों का पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ लैंगिक समानता और महिला सशक्तिकरण पर चर्चा की गई, (1) दोनों पुरुष और महिला सदस्यों और (2) उनके पति/पत्नी की भागीदारी को प्रोत्साहित किया गया।

² "आवश्यक समय" में तैयारी का समय शामिल नहीं है, जैसे कि स्थान सुरक्षित करना, किसानों के साथ संवाद, प्रशिक्षकों को प्रशिक्षण देना आदि।

समस्या निवारण- अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: किसान “हैंडआउट्स (वित्तीय मदद)” की अपेक्षा करते हैं – चूंकि, लगभग सभी पिछली परियोजनाओं/कार्यक्रमों में किसानों को किसी न किसी प्रकार की कोई सामग्री/वस्तुएं दी जाती रही हैं, वे SHEP से भी कुछ सामग्री (वित्तीय मदद) मिलने की अपेक्षा करते हैं। क्या वे प्रशिक्षण में आना बंद कर देंगे, जब उन्हें पता चलेगा कि SHEP से कोई वित्तीय या भौतिक सहायता नहीं मिलेगी?

उत्तर: लक्षित(टारगेटेड) किसानों के लिए शुरुआत में ही इस बात को समझना और इससे सहमत होना बेहद जरूरी है कि उन्हें केवल तकनीकी सहायता मिलेगी, भौतिक सहायता नहीं। जब आप चयन के लिए संभावित किसानों से संपर्क करते हैं, तो उन्हें स्पष्ट रूप से समझाएं कि केवल वही किसान SHEP के लिए उपयुक्त हैं जो बिना किसी वित्तीय सहायता प्राप्त किए, क्षमता विकास के लिए प्रशिक्षण में भाग लेने के इच्छुक हैं।

प्रश्न: संवेदीकरण कार्यशाला में जेंडर(लिंग) के बारे में क्यों बात करें? - संवेदीकरण कार्यशाला में हमें लैंगिक मुद्दों पर चर्चा करने की आवश्यकता क्यों है? क्या हम इसे बाद के चरणों में कर सकते हैं?

उत्तर: जहां तक लैंगिक मुद्दों में SHEP की अवधारणा का संबंध है, कृपया “1.3. भाग 1 में SHEP में लिंग”को देखें। SHEP का मानना है कि SHEP के लक्ष्य को प्राप्त करने के प्रयास में जेंडर(लिंग) को एक अभिन्न अंग के रूप में देखा जाना चाहिए। ये लक्ष्य है- आत्मनिर्भर कृषि प्रबंधन के माध्यम से आजीविका में सुधार। SHEP का लक्ष्य केवल तभी प्राप्त किया जा सकता है जब SHEP कार्यान्वयन के दौरान लिंग-संतुलित भागीदारी और निर्णय लेने की व्यवस्था हो। इसलिए, लक्षित(टारगेटेड) किसानों को इस मुद्दे के बारे में SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम, यानी संवेदीकरण कार्यशाला की शुरुआत में ही पता होना चाहिए, ताकि पुरुष और महिला किसान दोनों, और साथ ही उनके पति/पत्नी, SHEP गतिविधि के दौरान सक्रिय भागीदारी और संयुक्त निर्णय लेने के लिए सहमत हों।

2. चरण 2 - किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है

SHEP का दूसरा चरण है किसानों को पर्याप्त अवसर प्रदान करना, जिससे में वे अपनी वर्तमान स्थितियों के बारे में जागरूकता बढ़ा सकें और साथ ही उन अवसरों को ढूँढ सकें, जो बागवानी व्यवसाय उन्हें दे सकते हैं। ये वो चरण है, जहां SHEP किसान आंखें खोल देने वाले अनुभवों से गुजरते हैं और बाजार-उन्मुख कृषि को मूर्त रूप देने के लिए ठोस कदम उठाने की उनकी प्रेरणा को बढ़ावा मिलता है। इसलिए, यह कदम अत्यंत महत्वपूर्ण है और SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि किसान आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) और मार्केट सर्वे जैसे अभ्यासों के माध्यम से बागवानी खेती को एक व्यवसाय के रूप में देखना शुरू करें।

2.1.सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे)

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फोरम - मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-जमीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	

हम यहां हैं

क्यों? - उद्देश्य

सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) के द्वारा किसान, आय और कृषि तकनीकों के संदर्भ में अपनी वर्तमान परिस्थिति को देख सकते हैं, ताकि उन्हें स्पष्ट रूप से ये पता चल सके कि किन क्षेत्रों में सुधार की जरूरत है। इससे किसानों को रिकॉर्ड रखने (रिकॉर्ड कीपिंग) का महत्व भी समझ आता है। ये अवसर कार्यान्वयनकर्ताओं को लाभार्थी किसानों की कृषि पद्धतियों का मुश्किल से मिलने वाला डेटा हासिल करने में सक्षम बनाता है, जो बाद के चरणों में SHEP हस्तक्षेप के परिणाम जांचने के काम आता है।

क्या? - खाका

सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) में किसानों को दो प्रकार के सर्वेक्षण पत्र भरने के लिए कहा जाता है: (1) आधारभूत सर्वेक्षण भाग 1- उत्पादन, आय व लागत और (2) आधारभूत सर्वेक्षण भाग 2- कृषि तकनीक। किसान स्वयं इस सर्वेक्षण पत्र को भरते हैं और जहां आवश्यक हो, कर्मचारियों की सहायता लेते हैं। कार्यान्वयनकर्ता इस डेटा को एकत्र करते हैं और उसका विश्लेषण करते हैं। आंकड़ों का विश्लेषण होने के बाद किसानों को आधारभूत सर्वेक्षण के परिणामों पर प्रतिक्रिया (फीडबैक) दी जाती है।

कैसे? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- सर्वेक्षण, कार्यान्वयनकर्ताओं के फ़ायदे के बजाय किसानों के फ़ायदे के लिए अधिक होना चाहिए (चित्र 6)।
- सर्वेक्षण में सबकी भागीदारी सुनिश्चित की जानी चाहिए ताकि लक्षित(टारगेट) किसान सर्वेक्षण के दौरान मुख्य भूमिका में हों, ये न हो कि सहायक स्टाफ़ एकतरफ़ा उनसे जानकारी एकत्र कर रहे हों।
- विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) किसानों को कृषि प्रबंधन के लिए महत्वपूर्ण बुनियादी आंकड़ों जैसे फसल की उपज, लागत, लाभ आदि की गणना करने में मदद करें।

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना



हमारे विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) वास्तव में हमारे कृषि व्यवसाय में सुधार को लेकर चिंतित

संबद्धता के लिए समर्थन



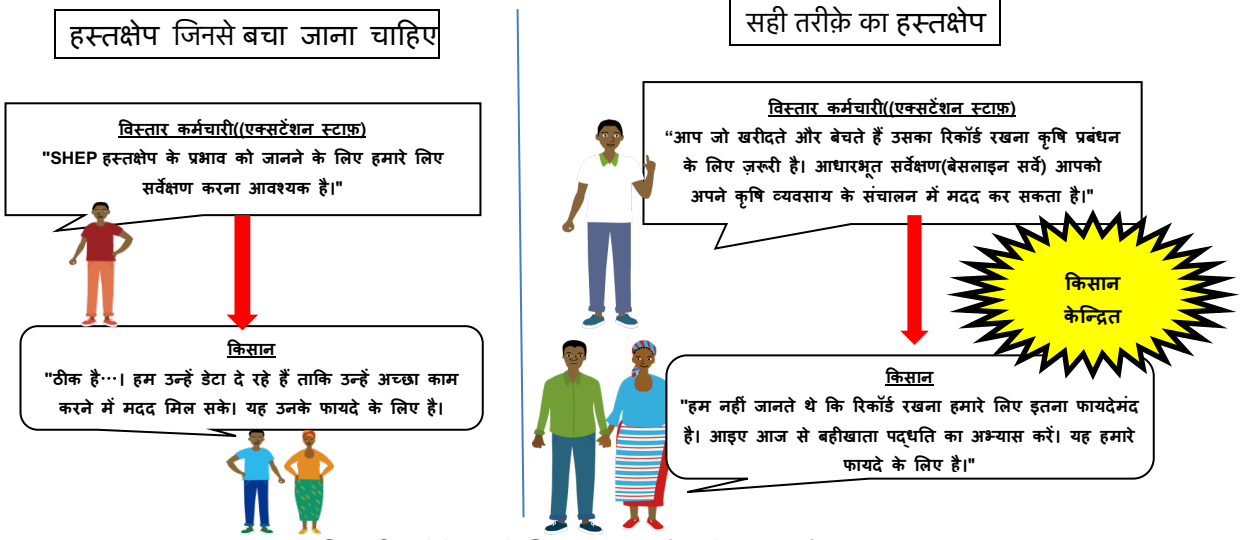
हम केवल सरकार को डेटा उपलब्ध नहीं करा रहे, हम अपने कारोबार में सुधार के लिए ऐसा कर रहे हैं।

स्वायत्तता के लिए समर्थन



अब हम विभिन्न आंकड़ों की गणना करने में सक्षम हैं। हमने पहले कभी ऐसा नहीं किया है।

सक्षमता के लिए समर्थन



चित्र 6 किसानों के लाभ के लिए आधारभूत सर्वेक्षण(बेसलाइन सर्वे)

चरण कार्यान्वयन की प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 3-4 घंटे)

1. (तैयारी) बागवानी फसलों के व्यापार के लिए उपयोग की जाने वाली स्थानीय इकाइयों पर शोध करें और एक रूपांतरण तालिका (कंवर्जन टेबल) तैयार करें, यानी ऐसी तालिका जो स्थानीय इकाइयों को किलोग्राम में परिवर्तित करती है।
2. बैठक बुलाकर किसानों को आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) का उद्देश्य समझाएं। किसानों को दो प्रकार के सर्वेक्षण प्रारूपों को भरने का निर्देश दें। **सुझाव** यदि किसानों, विशेष रूप से अनपढ़ किसानों को यह समझने में कठिनाई होती है कि फॉर्म कैसे भरें, तो साक्षर किसानों से उनकी सहायता करने के लिए कहें।
3. जहां आवश्यक हो, किसान सहायक स्टाफ की मदद लेकर खुद फॉर्म भरें।
4. यदि व्यापारिक इकाइयों जैसे बंडल, बैग, क्रेट आदि को किलोग्राम में परिवर्तित करना मुश्किल है, तो एक रूपांतरण तालिका मुहैया कराएं, जिसे कार्यान्वयनकर्ताओं ने स्थानीय बाजार स्थितियों के आधार पर पहले से तैयार किया हो।
5. जब किसान फॉर्म भरना समाप्त कर लें, तो उन्हें इस सर्वेक्षण अभ्यास के माध्यम से किसी भी नए निष्कर्ष पर चर्चा करने के लिए प्रोत्साहित करें। चर्चा के बिंदुओं में शामिल हैं (हालांकि केवल इन तक सीमित नहीं):
 - ✓ क्या रिकॉर्ड रखने के हमारे मौजूदा तरीके पर्याप्त हैं? रिकॉर्ड रखने से हमें अपने कृषि व्यवसाय के प्रबंधन में कैसे मदद मिल सकती है?
 - ✓ क्या हम उतना ही मुनाफा कमा रहे हैं जितना हम चाहते हैं? क्या हम कुछ फसलों पर पैसा कमाने के बजाय पैसे खो रहे हैं?
 - ✓ क्या हम अच्छी विपणन (मार्केटिंग) संभावनाओं वाली फसलों के लिए उपयुक्त आकार की भूमि आवंटित कर रहे हैं?
 - ✓ क्या हम ठीक से जानते हैं कि हम एक बैग (या टोकरा, बंडल, बाल्टी, आदि) में कितना उत्पाद पैक करते हैं? क्या हमारे खरीदार उसका सही वजन जानते हैं?
 - ✓ क्या हमारे पास खेती/जुताई के पर्याप्त कौशल हैं? हमारी कमजोरियां क्या हैं?
6. बैठक के बाद स्प्रेडशीट पर डेटा इनपुट करें, प्रसंस्करण(प्रोसेस) और विश्लेषण करें और बाद में किसानों को फीडबैक दें। (कृपया पुष्टि करें कि आपके संगठन में डेटा प्रविष्टि, प्रसंस्करण और विश्लेषण के लिए कौन जिम्मेदार है) फीडबैक के लिए आइटम में शामिल हो सकते हैं: (हालांकि सिर्फ इन तक सीमित नहीं)
 - ✓ कृषि प्रबंधन का अच्छा विश्लेषण करने के लिए किसानों के रिकॉर्ड कितने पर्याप्त और सुव्यवस्थित हैं।
 - ✓ किन फसलों का सर्वाधिक उत्पादन होता है, कौन सी फसलें अच्छा लाभ कमा रही हैं आदि।
 - ✓ किसानों के लिए खेती की तकनीक के किस क्षेत्र को मजबूत करने की जरूरत है।



फोटो: केन्या

मुझे लगा कि मैं इस फसल का उत्पादन करके पैसा कमा रहा हूँ। लेकिन वास्तव में मुझे पैसे का नुकसान हो रहा था!



रिकॉर्ड रखना मेरे लिए फायदेमंद होगा ताकि मैं अपने खेत में क्या हो रहा है, इस पर नज़र रख सकूँ। "एक व्यवसाय के रूप में खेती" का अभ्यास करने के लिए यह पहला कदम है।

फोटो: केन्या

प्रारूप - आधारभूत सर्वेक्षण प्रश्नावली प्रपत्र

प्रश्नावली पत्रों के कुछ नमूने नीचे दिए जा रहे हैं। किसानों को दो तरह के प्रारूप भरने होंगे।

1. आधारभूत सर्वेक्षण भाग 1- उत्पादन, आय और लागत

1. फसल का नाम और किस्म	2. फसल के अंतर्गत आने वाला क्षेत्र मीटर x मीटर (मीटर ²) या हेक्टेयर में 100मी ² = 0.01 हेक्टेयर 1,000मी ² = 0.1 हेक्टेयर 10,000मी ² = 1 हेक्टेयर	3. बाजार में बेचा गया उत्पादन विभिन्न इकाइयों में (जैसे बैग, टोकरे, बंडल, बुशल, आदि)	4. बाजार में बेचा गया उत्पादन किलो में (किलो में परिवर्तित)	5. बाजार में बेचा गया उत्पादन (किलो प्रति हेक्टेयर में)	6. औसत मूल्य प्रति विभिन्न इकाई (स्थानीय मुद्रा प्रति यूनिट)	7. स्थानीय मुद्रा में औसत मूल्य प्रति किलो (किलो में परिवर्तित)	8. स्थानीय मुद्रा में कुल आय	9. स्थानीय मुद्रा में उत्पादन की कुल लागत (इनपुट, डुलाई, श्रम, आदि सहित)	10. स्थानीय मुद्रा में कुल आय (लाभ)
1	2 क. 2 ख.	3	4	(4 /2 ख.)	6	6./इकाई रूपांतरण बॉक्स में	(3. x 6.) या (4. x7.)	9	8. - 9.
पहली फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)			
दूसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)			
तीसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)			
चौथी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)			

कृपया नीचे दिए गए बॉक्स में इकाई रूपांतरण दर्शाएं। (उदाहरण) आयरिश आलू का 1 बैग = 110 किलो, 1 पत्तागोभी = 2 किलो

2. आधारभूत सर्वेक्षण भाग 2- कृषि तकनीक

खेती के पहले व बाद के चरण	सामान	बागवानी तकनीकें जिन्हें अपनाने की वकालत की जाती है	हाँ	नहीं
1 खेती से पहले की तैयारी	प्रश्न 1	क्या आप हर मौसम में उगाई जाने वाली फसलों का निर्धारण करने के लिए मार्केट सर्वे करते हैं?		
	प्रश्न 2	क्या आप मार्केट सर्वे के परिणामों के आधार पर फसल कैलेंडर तैयार करते हैं और उसका उपयोग		

			करते हैं?		
		प्रश्न 3	क्या आप दो साल में कम से कम एक बार, सब्जियों/वार्षिक फूलों या फलदार वृक्ष/बारहमासी फूलों के लिए, बुवाई से पहले मिट्टी का परीक्षण करते हैं?		
		प्रश्न 4	क्या आप खाद तैयार करने में प्रमुख पोषक तत्वों: नाइट्रोजन (एन), फॉस्फोरस (पी), और पोटेशियम (के) की आपूर्ति के लिए विभिन्न जैविक पदार्थों का उपयोग करके अनुशंसित खाद बनाने के तरीकों का उपयोग करते हैं?		
		प्रश्न 5	क्या आप निम्न में से एक या अधिक विशेषताओं के साथ अनुशंसित गुणवत्ता वाली बुवाई सामग्री का उपयोग करते हैं: रोग प्रतिरोध और सहनशीलता, उच्च उपज, जल्दी परिपक्वता, बेहतर स्वाद, आकार और लंबे समय तक संग्रहण (शेल्फ लाइफ़)?		
2	भूमि की तैयारी	प्रश्न 6	क्या आप कीटों और रोगों के प्रबंधन के लिए निम्नलिखित अनुशंसित भूमि तैयारी उद्यमों (लैंड प्रेपरेशन प्रैक्टिसेज़) में से एक या एक से अधिक का उपयोग करते हैं: सौरकरण, समय पर जुताई, जुताई की उचित गहराई, और मिट्टी फैलने से होने पैदा वाले कीट और रोगों के संभावित प्रसार को रोकने के लिए मिट्टी के फैलने की गति को कम करना		
		प्रश्न 7	क्या आप पोषक तत्वों के पुनर्चक्रण (सीसाइक्लिंग) को बढ़ाने के लिए जुताई के दौरान खेत में बोने से कम से कम दो महीने पहले फसल अवशेषों को शामिल करते हैं?		
		प्रश्न 8	बुवाई से कम से कम 1-2 सप्ताह पहले कम्पोस्ट/खाद या जैविक उर्वरक को बुनियादी प्रयोग के रूप में शामिल करते हैं?		
3	फसल स्थापना (बुवाई/प्रत्यारोपण)	प्रश्न 9	सब्जियां/ बारहमासी फूलों के लिए पौध उगाने के अनुशंसित तरीकों का उपयोग करते हैं या फलों के पेड़ों/बारहमासी फूलों के लिए मान्यता प्राप्त नर्सरी में उगाए गए पौधों का इस्तेमाल करते हैं?		
		प्रश्न 10	क्या आप अनुशंसित रोपण/प्रत्यारोपण दूरी का उपयोग करते हैं ?		
		प्रश्न 11	क्या आप उर्वरक आवेदन दरों का उपयोग करके रोपण/प्रत्यारोपण करते हैं ?		
4	फसल प्रबंधन	प्रश्न 12	क्या आप फसल की पानी की आवश्यकता पूरी करने के लिए निम्न सिंचाई विधियों में से एक या एक से अधिक का इस्तेमाल करते हैं: फसल के लिए पानी की न्यूनतम आवश्यकता को पूरा करने के लिए सींचने का कनस्तर, ओवरहेड, टपकन (ड्रिप) और कुंड (फरो)?		
		प्रश्न 13	क्या आप खरपतवारों के प्रबंधन के लिए समय पर निराई और उचित निराई उपकरणों का उपयोग सुनिश्चित करते हैं ?		
		प्रश्न 14	क्या आप बिछायी जाने वाली खाद (टॉप ड्रेसिंग) के लिए उपयुक्त तरीकों का पालन करते हैं: समयबद्धता, लगाने के तरीके और अनुशंसित दर, और लगाने की विधि?		
		प्रश्न 15	क्या आप निम्नलिखित में से कम से कम दो एकीकृत कीट प्रबंधन (इंटीग्रेटेड पेस्ट मैनेजमेंट (IPM)) तरीकों का उपयोग करते हैं: सांस्कृतिक, जैविक, भौतिक और रासायनिक?		
		प्रश्न 16	क्या आप कीटनाशकों के सुरक्षित और प्रभावी उपयोग के निम्नलिखित तरीकों का पालन करते हैं : उचित खुराक, अनुशंसित कीटनाशक, और कटाई पूर्व अंतराल (प्री हार्वेस्ट इंटरवल (PHI))?		
5	फसल काटना	प्रश्न 17	क्या आप निम्नलिखित कटाई सूचकांकों में से कम से कम एक का उपयोग करते हैं: रंग, आकार, आकार और दृढ़ता?		
6	कटाई के बाद की देखभाल	प्रश्न 18	क्या आप कटाई/भंडारण/डुलाई पात्र (कंटेनर) /मानक पैकेजिंग सामग्री का उपयोग निम्न विशेषताओं के साथ करते हैं: अच्छी तरह हवादार, साफ करने में आसान, और चिकनी, जिससे नुकसान कम होता है?		
		प्रश्न 19	क्या आप निम्नलिखित में से किन्हीं अनुशंसित मूल्यवर्धन तकनीकों (वैल्यू एडिशन टेकनीक्स) को लागू करते हैं: उत्पाद की सफाई, छंटाई, ग्रेडिंग, पैकेजिंग या प्रसंस्करण?		
7	लागत और आय विश्लेषण	प्रश्न 20	क्या आप उत्पादन और बिक्री की लागत का लेखा-जोखा रखते हैं और लागत और आय का विश्लेषण करते हैं?		
8	सामूहिक कार्य	प्रश्न 21	क्या आप कृषि आदानों (इनपुट्स) जैसे बीज, उर्वरक और रसायन की खरीद एक समूह (सामूहिक खरीद) के रूप में करते हैं?		
		प्रश्न 22	क्या आप सामूहिक रूप से उत्पाद की डुलाई की व्यवस्था करते हैं या अपनी उपज को सामूहिक रूप से बेचते हैं (समूह बिक्री)?		
		प्रश्न 23	एक समूह के रूप में, क्या आप लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करते हैं और समूह के सदस्यों के साथ मिलकर उत्पादन/विपणन(मार्केटिंग) रणनीतियों की योजना बनाते हैं?		

नवीनीकरण - विभिन्न देशों / क्षेत्रों में अनुकूलन

नीचे कुछ देशों और क्षेत्रों में किए गए समायोजनों के उदाहरण दिए गए हैं ताकि उन क्षेत्रों में आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) सुचारु रूप से संचालित हो सकें।

वजन रूपांतरण (वेट कंवरजन) की सुविधा के लिए चित्र सहित इकाई रूपांतरण तालिका (विजुअल यूनिट कन्वर्जन टेबल) विकसित करना

(मलावी)

<क्यों?> स्थानीय बाजार में कारोबार करने के लिए पारंपरिक रूप से किसानों और खरीदारों ने विशेष फसलों के लिए बैग, बाल्टी, बंडल जैसी विभिन्न इकाइयों का इस्तेमाल किया है। किसानों को नहीं पता कि प्रत्येक इकाई का वास्तविक वजन कितना है।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने स्केल और कैमरे के साथ स्थानीय बाजारों का दौरा किया। उन्होंने तस्वीरें लीं और आमतौर पर कारोबार की जाने वाली सब्जियों और फलों का वजन किया। इस तरह एक चित्र सहित इकाई रूपांतरण तालिका (विजुअल यूनिट कन्वर्जन टेबल) विकसित की गई जिसका उपयोग विभिन्न इकाइयों को किलोग्राम में परिवर्तित करने के लिए किया गया।



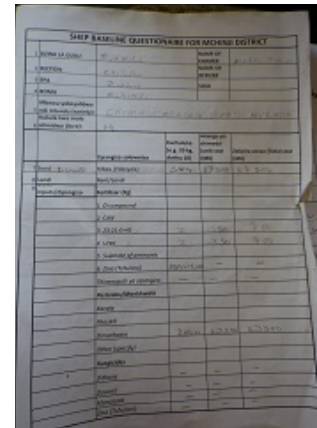
<परिणाम?> स्थानीय व्यापार इकाइयों से किलोग्राम में रूपांतरण मलावी में विकसित इकाई रूपांतरण तालिका आसान हो गया। किसानों के बीच वजन के हिसाब से व्यापार करने की जागरूकता में इजाफा हुआ।

लागत की गणना के लिए एक अतिरिक्त वर्कशीट विकसित करना

(मलावी)

<क्यों?> आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) फॉर्म में भरे जाने वाली कुल लागत की गणना के लिए, किसानों को कृषि इनपुट और श्रम की सभी लागतों को जोड़ने में कठिनाई हो रही थी।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने कुल लागत की गणना के लिए एक अतिरिक्त वर्कशीट तैयार की। इस वर्कशीट में क्षेत्र विशेष के हिसाब से विशिष्ट आइटम शामिल थे, जैसे कि विभिन्न उर्वरकों की लागत, बीज, कीटनाशक, शाकनाशी, श्रम लागत, ढुलाई लागत, आदि ताकि किसान आसानी से कुल लागत जोड़ने के लिए सभी आवश्यक जानकारी भर सकें।



<परिणाम?> किसान भ्रमित या अभिभूत हुए बिना कुल लागत की सटीक गणना करने में सक्षम हुए।

मलावी में विकसित वर्कशीट

साक्षर किसान निरक्षर किसानों की मदद करते हैं (इथियोपिया)

<क्यों?> किसान समूहों की साक्षरता दर कम थी। यह अनुमान लगाया गया था कि कई लक्षित(टारगेटेड) किसानों को सर्वेक्षण फॉर्म भरने में कठिनाई होगी।



फोटो: इथियोपिया

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने प्रत्येक समूह के लगभग दस साक्षर और अपेक्षाकृत सुशिक्षित किसानों को सहायक स्टाफ के साथ प्रशिक्षण में भाग लेने के लिए कहा, ताकि वो ये सीख सकें कि प्रायोगिक परियोजना (पायलट प्रोजेक्ट) में भागीदारी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) किया कैसे जाए। उन साक्षर किसानों ने विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) के साथ मिलकर निरक्षर किसानों को फॉर्म भरने में मदद की।

<परिणाम?> साक्षर किसानों की मदद से निरक्षर किसान, थोड़ी बहुत मुश्किल के साथ सर्वेक्षण पूरा करने में सक्षम हुए। किसानों में एकता की भावना भी मजबूत हुई, जिसने किसानों में आपसी जुड़ाव बढ़ाने की मनोवैज्ञानिक आवश्यकता को पूरा करने में मदद की।

समूह और व्यक्तिगत खेत, दोनों के लिए आधारभूत सर्वेक्षण आयोजित करना

(रवांडा और अल साल्वाडोर)

<क्यों?> कुछ लक्षित(टारगेटेड) किसान समूहों के पास दो प्रकार के वनस्पति उद्यान थे; पहले जिस पर पूरे समूह का मालिकाना हक है और दूसरे, समूह के व्यक्तिगत सदस्य जिनके मालिक हैं। कार्यान्वयनकर्ताओं को दोनों प्रकार की कृषि भूमि की स्थितियों को समझने की आवश्यकता थी।



<कैसे?> चूंकि आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के प्रारूप मुख्य रूप से

रवांडा के किसान अपने सामूहिक उद्यान में

अलग-अलग परिवारों द्वारा प्रबंधित बगीचों के लिए डिज़ाइन किए गए थे, इसलिए कार्यान्वयनकर्ताओं ने जहां आवश्यक हो, कुछ प्रश्नों को संशोधित किया और सामूहिक मालिकाना हक वाले उद्यानों के साथ-साथ व्यक्तिगत मालिकाना हक वाले उद्यानों का भी सर्वे किया।

<परिणाम?> किसान और कार्यान्वयनकर्ता दोनों, सामूहिक मालिकाना हक वाले उद्यानों और व्यक्तिगत मालिकाना हक वाले उद्यानों की वर्तमान स्थितियों को समझने में सफल रहे। किसानों को दोनों प्रकार की कृषि भूमि में सुधार करने के लिए प्रेरित किया गया।

बेहतर डेटा संग्रह और जीवनसाथी की मज़बूत सहभागिता के लिए "गृहकार्य (होम असाइनमेंट)" प्रणाली का परिचय (मलावी और नेपाल)



तस्वीर: मलावी

<क्यों?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने पाया कि आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के दौरान कई किसानों के पास उत्पादन लागत और बिक्री राशि से सम्बंधित आंकड़े उपलब्ध नहीं थे। उन्हें रिकॉर्ड देखने के लिए घर जाने की ज़रूरत पड़ती थी या उन्हें सटीक आंकड़े प्राप्त करने के लिए अपने परिवार के सदस्यों से पूछना पड़ता था। एक दिन की बैठक में मौके पर ही आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) पूरा करना मुश्किल हो रहा था।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ता ने आधारभूत सर्वेक्षण के लिए दो दिन के सत्र आयोजित किए। पहले दिन उन्होंने यह समझाया कि कौन से डेटा की ज़रूरत है और उन्हें एक "गृहकार्य (होम असाइनमेंट)" दिया, जिसमें घर से सटीक डेटा लाने के लिए कहा गया। नेपाल के मामले में, कार्यान्वयनकर्ताओं ने किसानों को "गृहकार्य (होम असाइनमेंट)" के तौर पर, घर में अपने जीवनसाथी के साथ फॉर्म भरने लिए कहा। दूसरे दिन किसान फिर से इकट्ठा हुए और अपने उन्होंने अपने सर्वे फॉर्म जमा कराए।

<परिणाम?> ज़्यादा सटीक और विश्वसनीय डेटा एकत्र किए गए। पति-पत्नी ने अपने कृषि व्यवसाय की वर्तमान स्थिति को समझने के लिए एक साथ काम किया, जिससे एक कृषि प्रबंधन यूनिट(इकाई) के रूप में उनमें एकता और संयुक्त-जिम्मेदारी की भावना बढ़ी।

जांच सूची - इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- लक्षित(टारगेट) किसान, उत्पादन और बिक्री की अपनी वर्तमान स्थिति को समझते हैं और उन कमियों की पहचान करते हैं जिन्हें पूरा की आवश्यकता है।
- लक्षित(टारगेट) किसान, उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) के संदर्भ में अपने वर्तमान तकनीकी स्तर को समझते हैं और उन कमियों की पहचान करते हैं जिन्हें पूरा करने की आवश्यकता है।
- लक्षित(टारगेट) किसान, बहीखाता और कृषि गतिविधि रिकॉर्ड, दोनों के संदर्भ में कृषि रिकॉर्ड रखने के महत्व को समझते हैं और रिकॉर्ड रखने की शुरुआत करने के लिए तैयार हो जाते हैं।
- प्रतिभागियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- दोनो लिंग(जेंडर) का अलग-अलग डेटा एकत्र किया जाता है और उसका विश्लेषण किया जाता है।
- (वैकल्पिक) सदस्यों के जीवनसाथी शामिल हैं।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **रिकॉर्ड-कीपिंग का व्यापक उपयोग नहीं हो रहा** - छोटे किसान व्यापक रूप से रिकॉर्ड-कीपिंग नहीं कर रहे हैं। क्या वे वास्तव में रिकॉर्ड कीपिंग सीख सकते हैं और इससे लाभ उठा सकते हैं?

उत्तर: यह सच है कि कई छोटे किसान रिकॉर्ड-कीपिंग का अभ्यास नहीं कर रहे हैं। जो पहला कदम उन्हें उठाने की सलाह दी जाती है, वह है आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) में भाग लेने के उनके अपने अनुभव के ज़रिए रिकॉर्ड-कीपिंग के महत्व को समझना। कार्यान्वयनकर्ताओं को सलाह दी जाती है कि वे किसानों को बुनियादी जानकारी, जैसे कि उपज की बिक्री, बीजों-उर्वरकों और कीटनाशकों आदि के खर्चों को एकल-प्रविष्टि (सिंगल-एंट्री) बहीखाते में बहुत ही सरल तरीके से लिखने के लिए प्रोत्साहित करें। किसानों के लिए कृषि गतिविधियों और हिसाब (अकाउंटिंग) का रिकॉर्ड रखने की आदत बनाना फायदेमंद है।

प्रश्न: **क्या अनपढ़ किसान ऐसा कर सकते हैं?** - यहां तक कि पढ़े-लिखे किसानों को भी आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के लिए ज़रूरी आंकड़ों की गणना करने में मुश्किल हो रही है। क्या अनपढ़ किसान सर्वे के कार्यों को पूरा कर सकते हैं?

उत्तर: अनपढ़ किसानों को साक्षर किसानों की तुलना में सर्वेक्षण फॉर्म भरने में परेशानी हो सकती है। हालांकि, इसका ये मतलब

नहीं है कि वे साक्षर किसानों की तुलना में अपने कृषि प्रबंधन के मुद्दों के बारे में कम जानकार हैं। उनके पास सिर्फ अपने ज्ञान को कागज पर उतारने का कौशल नहीं है। ऐसी स्थिति में समूह के साक्षर सदस्यों या उनके परिवार के सदस्यों जैसे कि उनके पति/पत्नी या बच्चों से फॉर्म भरने में मदद करने के लिए सहायता मांगें। अनपढ़ किसान भी अपने परिवार के सदस्यों की मदद से हर रोज़ रिकॉर्ड रखना जारी रख सकते हैं।

प्रश्न: डेटा इतना विश्वसनीय नहीं है - हालांकि किसानों ने जानकारी भरने की पूरी कोशिश की, लेकिन मुझे लगता है कि जानकारी अधूरी है और सटीक नहीं है। क्या मुझे उनसे जानकारी लेना पूरी तरह से छोड़ देना चाहिए क्योंकि डेटा की विश्वसनीयता और सटीकता उतनी ज्यादा नहीं है, जितनी मैंने उम्मीद की थी?

उत्तर: SHEP के सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) के दो उद्देश्य हैं: (1) किसानों को उनकी वर्तमान कृषि की स्थिति के बारे में जागरूक करना और (2) किसानों से मुश्किल डेटा इकट्ठा करना। हम चाहते हैं कि आप यह समझें कि सर्वेक्षण अभ्यास के माध्यम से जागरूकता बढ़ाने के पहले उद्देश्य को हासिल करना सबसे महत्वपूर्ण है। दूसरी ओर, जैसा कि आप जानते हैं जब ज़मीनी तौर पर डेटा एकत्र करने की बात आती है तो डेटा की विश्वसनीयता और सटीकता सुनिश्चित करना हमेशा एक चुनौती होती है। विशेष रूप से आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के दौरान, बहुत अधिक सटीकता हासिल करना मुश्किल है, क्योंकि बहुत से किसानों ने अभी तक सटीक रिकॉर्ड रखना नहीं सीखा है। हमें धैर्य रखना चाहिए और किसानों को धीरे-धीरे रिकॉर्ड कीपिंग शुरू करने के लिए प्रोत्साहित करना चाहिए, ताकि आखिरी सर्वेक्षण के समय तक डेटा की विश्वसनीयता और सटीकता को बढ़ाया जा सके।

प्रश्न: किसान डेटा जमा नहीं करना चाहते हैं - किसान डेटा भरने के इच्छुक हैं। हालांकि, वे अपने मुनाफे से जुड़े आंकड़ों का खुलासा नहीं करना चाहते। ऐसे में मुझे क्या करना चाहिए?

उत्तर: अगर किसानों को ऐसा करने में असहजता महसूस होती है तो उन्हें डेटा जमा करने के लिए मजबूर करना सही नहीं है। डेटा प्रस्तुत किए बिना भी किसानों को कृषि प्रबंधन पर जागरूकता बढ़ाने का अवसर दिया जाता है। इस तरह, ऊपर बताए गए आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के दो उद्देश्यों में से कम से कम एक पूरा हो जाता है। अन्य किसानों से पूछें कि क्या वे डेटा जमा करने के इच्छुक हैं ताकि आपको संसाधित (प्रोसेस) और विश्लेषण के लिए कुछ कठिन डेटा मिल सके।

आधारभूत सर्वेक्षण भाग 1- उत्पादन, आय और लागत

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/महिला: _____ टेलीफोन नम्बर: _____

कृपया पिछले फसल मौसम की बागवानी फसलों की जानकारी लिखें (मक्का और गन्ना जैसी अन्य फसलों को शामिल न करें)।

1. फसल का नाम और किस्म	2. फसल के अंतर्गत आने वाला क्षेत्र मीटर x मीटर (मीटर ²) या हेक्टेयर में 100मी ² = 0.01 हेक्टेयर 1,000m ² = 0.1 हेक्टेयर 10,000मी ² = 1 हेक्टेयर		3. बाजार में बेचा गया उत्पादन विभिन्न इकाइयों में (जैसे बैग, टोकरे, बंडल, बुशल, आदि)	4. बाजार में बेचा गया उत्पादन किलो में (किलो में परिवर्तित)	5. बाजार में बेचा गया उत्पादन (किलो प्रति हेक्टेयर में)	6. औसत मूल्य प्रति विभिन्न इकाई (स्थानीय मुद्रा प्रति यूनिट)	7. स्थानीय मुद्रा में औसत मूल्य प्रति किग्रा (किलो में परिवर्तित)	8. स्थानीय मुद्रा में कुल आय	9. स्थानीय मुद्रा में उत्पादन की कुल लागत (इनपुट, परिवहन, श्रम, आदि सहित)	10. स्थानीय मुद्रा में कुल आय (लाभ)
1	2 क.	2 ख.	3	4	(4 ./2 ख.)	6	6./इकाई रूपांतरण बॉक्स में	(3. x 6.) या (4. x7.)	9	8. - 9.
पहली फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
दूसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
तीसरी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
चौथी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				

कृपया नीचे दिए गए बॉक्स में इकाई रूपांतरण दर्शाएं। (उदाहरण) आयरिश आलू का 1 बैग = 110 किलो, 1 पत्तागोभी = 2 किलो

<उदाहरण>

आधारभूत सर्वेक्षण भाग 1- उत्पादन, आय और लागत

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/स्त्री: _____ टेलिफोन नम्बर: _____

कृपया पिछले फसल मौसम में बागवानी फसलों (मक्का और गन्ना जैसी अन्य फसलों को शामिल न करें) की जानकारी इंगित करें।

1. फसल का नाम और किस्म	2. फसल के अंतर्गत आने वाला क्षेत्र मीटर x मीटर (मीटर ²) या हेक्टेयर में 100मी ² = 0.01 हेक्टेयर 1,000मी ² = 0.1 हेक्टेयर 10,000मी ² = 1 हेक्टेयर		3. बाजार में बेचा गया उत्पादन विभिन्न इकाइयों में (जैसे बैग, टोकरे, बंडल, बुशल, आदि)	4. बाजार में बेचा गया उत्पादन किलो में (किलो में परिवर्तित)	5. बाजार में बेचा गया उत्पादन (किलो प्रति हेक्टेयर में)	6. औसत मूल्य प्रति विभिन्न इकाई (स्थानीय मुद्रा प्रति यूनिट)	7. स्थानीय मुद्रा में औसत मूल्य प्रति किग्रा (किलो में परिवर्तित)	8. स्थानीय मुद्रा में कुल आय	9. स्थानीय मुद्रा में उत्पादन की कुल लागत (इनपुट, परिवहन, श्रम, आदि सहित)	10. स्थानीय मुद्रा में कुल आय (लाभ)
1	2 क.	2 ख.	3	4	(4./2 ख.)	6	6./इकाई रूपांतरण बॉक्स में	(3. x 6.) या (4. x7.)	9	8. - 9.
पहली फसल: टमाटर कैल जे	मीटर x मीटर (मीटर ²) 20X100 = 2,000 मी ²	0.2 हेक्टेयर	100 (इकाई:टोकरा(क्रेट))	2,000 किलोग्राम	10,000 किलोग्राम	\$20 (इकाई:टोकरा(क्रेट))	\$1	\$2,000	\$700	\$1,300
दूसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
तीसरी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
चौथी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				

कृपया नीचे दिए गए बॉक्स में इकाई रूपांतरण दर्शाएं। (उदाहरण) आयरिश आलू का 1 बैग = 110 किलो, 1 पत्तागोभी = 2 किलो

टमाटर का 1 टोकरा = 20 किलोग्राम

आधारभूत सर्वेक्षण भाग 2- कृषि तकनीक

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/महिला: _____ टेलिफोन नम्बर: _____

* कृपया नीचे दिए गए प्रश्नों के लिए "हां" या "नहीं" पर निशान लगाएं। अगर कोई अतिरिक्त जानकारी है तो मार्जिन में लिखें।

खेती के पहले व बाद के चरण	सामान	बागवानी तकनीकें जिन्हें अपनाने की वकालत की जाती है	हाँ	नहीं
1 खेती से पहले की तैयारी	प्रश्न 1	क्या आप हर मौसम में उगाई जाने वाली फसलों का निर्धारण करने के लिए मार्केट सर्वे करते हैं?		
	प्रश्न 2	क्या आप मार्केट सर्वे के परिणामों के आधार पर फसल कैलेंडर तैयार करते हैं और उसका उपयोग करते हैं?		
	क्यू 3	क्या आप दो साल में कम से कम एक बार, सब्जियों/वार्षिक फूलों या फलदार वृक्ष/बारहमासी फूलों के लिए, बुवाई से पहले मिट्टी का परीक्षण करते हैं?		
	क्यू 4	क्या आप खाद तैयार करने में प्रमुख पोषक तत्वों: नाइट्रोजन (एन), फॉस्फोरस (पी), और पोटेशियम (के) की आपूर्ति के लिए विभिन्न जैविक पदार्थों का उपयोग करके अनुशंसित खाद बनाने के तरीकों का उपयोग करते हैं?		
	क्यू 5	क्या आप निम्न में से एक या अधिक विशेषताओं के साथ अनुशंसित गुणवत्ता वाली बुवाई सामग्री का उपयोग करते हैं: रोग प्रतिरोध और सहनशीलता, उच्च उपज, जल्दी परिपक्वता, बेहतर स्वाद, आकार और लंबे समय तक संग्रहण (शेल्फ लाइफ़)?		
2 भूमि की तैयारी	प्रश्न 6	क्या आप कीटों और रोगों के प्रबंधन के लिए निम्नलिखित अनुशंसित भूमि तैयारी उद्यमों (लैंड प्रेपरेशन प्रैक्टिसेज़) में से एक या एक से अधिक का उपयोग करते हैं: सौरकरण, समय पर जुताई, जुताई की उचित गहराई, और मिट्टी फैलने से होने पैदा वाले कीट और रोगों के संभावित प्रसार को रोकने के लिए मिट्टी की गति को कम करना		
	प्रश्न 7	क्या आप पोषक तत्वों के पुनर्चक्रण (रीसाइक्लिंग) को बढ़ाने के लिए जुताई के दौरान खेत में बोन से कम से कम दो महीने पहले फसल अवशेषों को शामिल करते हैं?		
	प्रश्न 8	बुवाई से कम से कम 1-2 सप्ताह पहले कम्पोस्ट/खाद या जैविक उर्वरक को बुनियादी प्रयोग के रूप में शामिल करते हैं?		
3 फसल स्थापना (बुवाई/प्रत्यारोपण)	प्रश्न 9	सब्जियां/ बारहमासी फूलों के लिए पौध उगाने के अनुशंसित तरीकों का उपयोग करते हैं या फलों के पेड़ों/बारहमासी फूलों के लिए मान्यता प्राप्त नर्सरी में उगाए गए पौधों का इस्तेमाल करते हैं?		
	प्रश्न 10	क्या आप अनुशंसित रोपण/प्रत्यारोपण दूरी का उपयोग करते हैं ?		
	प्रश्न 11	क्या आप उर्वरक आवेदन दरों का उपयोग करके रोपण/प्रत्यारोपण करते हैं ?		

4	फसल प्रबंधन	प्रश्न 12	क्या आप फसल की पानी की आवश्यकता पूरी करने के लिए निम्न सिंचाई विधियों में से एक या एक से अधिक का इस्तेमाल करते हैं: फसल के लिए पानी की न्यूनतम आवश्यकता को पूरा करने के लिए सींचने का कनस्तर, ओवरहेड, टपकन (ड्रिप) और कुंड (फरो)?		
		प्रश्न 13	क्या आप खरपतवारों के प्रबंधन के लिए समय पर निराई और उचित निराई उपकरणों का उपयोग सुनिश्चित करते हैं ?		
		प्रश्न 14	क्या आप बिछायी जाने वाली खाद (टॉप ड्रेसिंग) के लिए उपयुक्त तरीकों का पालन करते हैं: समयबद्धता, लगाने के तरीके और अनुशंसित दर, और लगाने की विधि?		
		प्रश्न 15	क्या आप निम्नलिखित में से कम से कम दो एकीकृत कीट प्रबंधन (इंटिग्रेटेड पेस्ट मैनेजमेंट (IPM)) तरीकों का उपयोग करते हैं : सांस्कृतिक, जैविक, भौतिक और रासायनिक?		
		प्रश्न 16	क्या आप कीटनाशकों के सुरक्षित और प्रभावी उपयोग के निम्नलिखित तरीकों का पालन करते हैं : उचित खुराक, अनुशंसित कीटनाशक, और कटाई पूर्व अंतराल (प्री हार्वेस्ट इंटरवल (PHI))?		
5	फसल काटना	प्रश्न 17	क्या आप निम्नलिखित कटाई सूचकांकों में से कम से कम एक का उपयोग करते हैं: रंग, आकार, आकार और दृढ़ता?		
6	कटाई के बाद की देखभाल	प्रश्न 18	क्या आप कटाई/भंडारण/डुलाई पात्र (कंटेनर) /मानक पैकेजिंग सामग्री का उपयोग निम्न विशेषताओं के साथ करते हैं: अच्छी तरह हवादार, साफ करने में आसान, और चिकनी, जिससे नुकसान कम होता है?		
		प्रश्न 19	क्या आप निम्नलिखित में से किन्हीं अनुशंसित मूल्यवर्धन तकनीकों को लागू करते हैं: उत्पाद की सफाई, छंटाई, ग्रेडिंग, पैकेजिंग या प्रसंस्करण?		
7	लागत और आय विश्लेषण	प्रश्न 20	क्या आप उत्पादन और बिक्री की लागत का लेखा-जोखा रखते हैं और लागत और आय का विश्लेषण करते हैं?		
8	सामूहिक कार्य	प्रश्न 21	क्या आप कृषि आदानों (इनपुट्स) जैसे बीज, उर्वरक और रसायन की खरीद एक समूह (सामूहिक खरीद) के रूप में करते हैं?		
		प्रश्न 22	क्या आप सामूहिक रूप से उत्पाद की डुलाई की व्यवस्था करते हैं या अपनी उपज को सामूहिक रूप से बेचते हैं (समूह बिक्री)?		
		प्रश्न 23	एक समूह के रूप में, क्या आप लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करते हैं और समूह के सदस्यों के साथ मिलकर उत्पादन/विपणन (मार्केटिंग) रणनीतियों की योजना बनाते हैं?		

2.2 स्टेकहोल्डर फ़ोरम (वैकल्पिक गतिविधि)

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) - (वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम - मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-जमीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फ़ॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	



नोट: यह एक "वैकल्पिक गतिविधि" है, इसका मतलब इस गतिविधि को तब आयोजित किया जाएगा जब (1) कार्यान्वयनकर्ता ये मानते हैं कि लक्षित(टारगेट) क्षेत्रों की सामाजिक-आर्थिक स्थितियों को देखते हुए यह गतिविधि बहुत प्रभावी है और (2) इस गतिविधि को करने के लिए पर्याप्त मानव और वित्तीय संसाधन उपलब्ध हैं।

क्यों ? - उद्देश्य

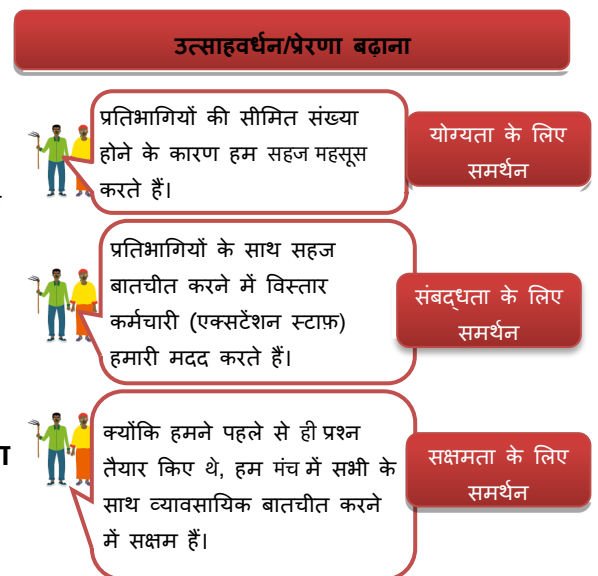
स्टेकहोल्डर फोरम के दो मकसद हैं: (1) ये **किसानों को एक ऐसे व्यवसाय का अवसर दिखाता है जो** बागवानी खेती उनके लिए ला सकती है, और (2) यह किसानों को बागवानी व्यवसाय में शामिल विभिन्न बाजार अभिनेताओं(मार्केट ऐक्टर्स) के साथ **व्यावसायिक सम्बंध बनाने करने में मदद करता है।**

क्या ? - खाका

स्टेकहोल्डर फोरम आधे दिन का एक आयोजन होता है, जिसमें SHEP लक्षित(टारगेट) किसान समूहों और बाजार हितधारकों जैसे कृषि इनपुट आपूर्तिकर्ताओं, खरीदारों (व्यापारी, बिचौलियों, थोक विक्रेताओं, खुदरा विक्रेताओं, आदि), खाद्य प्रसंस्करण कंपनियों, फसल निर्यातकों, परिवहकों (ट्रांसपोर्टर्स), वित्तीय संस्थानों, गैर-सरकारी संगठन आदि के प्रतिनिधियों को आमंत्रित किया जाता है। किसान बाजार हितधारकों के बूथों पर जाते हैं और आपसी चर्चा के द्वारा सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- कृषि मेले या कृषि दिवस जैसे बड़े आयोजनों के विपरीत, स्टेकहोल्डर फोरम में **प्रतिभागियों की संख्या को सीमित करना चाहिए** ताकि चुने गए प्रतिभागियों को आपस में बात-चीत करने में आसानी हो।
- केवल उन बाजार हितधारकों को आमंत्रित किया जाना चाहिए, जैसे कि वे स्थानीय व्यापारी, जो SHEP किसान समूहों के भविष्य के व्यावसायिक भागीदार बनेंगे।
- विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को किसानों की मदद करनी चाहिए, ताकि वे बाजार हितधारकों के साथ सक्रिय व्यापार वार्ता कर सकें।
- **प्रतिभागियों की प्रोफाइल का पहले ही आदान-प्रदान कर लिया जाना चाहिए** ताकि प्रतिभागी, फोरम में बहुत अधिक समय बर्बाद किए बिना, तुरंत व्यावसायिक वार्ता शुरू कर सकें।



चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 3-4 घंटे)

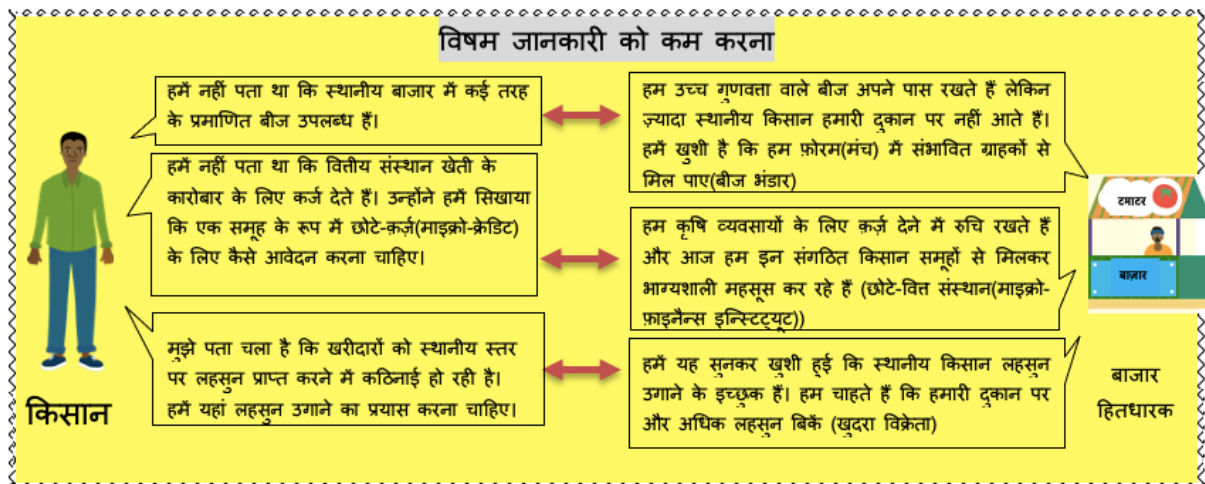
1. (तैयारी) स्टेकहोल्डर फ़ोरम आयोजित करने के लिए एक सम्मेलन कक्ष आरक्षित करें। **सुझाव!** यदि मंच के आयोजन के लिए किसी सरकारी जगह का उपयोग किया जा सकता है तो किराए की लागत काफी हद तक कम हो जाएगी।
2. (तैयारी) स्थानीय बाजार के हितधारकों (स्टेकहोल्डर्स) को पहचानें और मंच में आमंत्रित करें। **सुझाव!** केवल उन हितधारकों को आमंत्रित करें जो लक्षित (टारगेटेड) किसानों के साथ व्यापार करने के इच्छुक हैं।
3. (तैयारी) किसान समूहों से कहें कि वो मंच में भाग लेने के लिए दो पुरुष और दो महिला किसानों को समूह के प्रतिनिधियों के रूप में चुनें। **सुझाव** ये सुनिश्चित करें कि पुरुष और महिला दोनों किसानों को प्रतिनिधि के रूप में चुना गया हो, क्योंकि दोनों लिंगों (जेंडर) वाली टीम, बाजार के हितधारकों के साथ बातचीत के दौरान अपने विचारों को विस्तृत तरीके से पेश कर सकती है।
4. (तैयारी) फ़ोरम के आयोजन से कुछ दिन पहले ही प्रतिभागियों की प्रोफाइल का आदान-प्रदान कर लिया जाना चाहिए। किसान समूहों से कहें कि वो अपनी उपज के नमूने फ़ोरम में लेकर आएंगे। ये नमूने उनके बूथ पर प्रदर्शित किए जाएंगे।
5. (तैयारी) फ़ोरम की जगह, मसलन किसी सरकारी सम्मेलन कक्ष में सभी प्रतिभागियों के लिए बूथ तैयार करें, जिनमें पर्याप्त मेज और कुर्सियां हों। **सुझाव!** प्रत्येक बूथ पर प्रतिभागियों के लिए पर्याप्त सीटें होनी चाहिए ताकि वे बिना परेशान हुए अपनी चर्चा पर ध्यान लगा सकें।
6. फ़ोरम के दौरान किसान प्रतिनिधि, विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) के साथ बाजार हितधारकों के बूथों पर जाकर सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं और व्यापार पर बातचीत करते हैं।
7. फ़ोरम के बाद समूह के प्रतिनिधि एक फीडबैक मीटिंग का आयोजन करते हैं, जिसमें वो फ़ोरम के दौरान सीखी गई बातों को समूह के दूसरे सदस्यों के साथ साझा करते हैं।

हम पिछले कुछ सालों से इस किस्म के टमाटर उगा रहे हैं। क्या आपकी इनमें दिलचस्पी है?



मुझे नहीं पता था कि इस जिले में इतने सक्षम टमाटर उत्पादक मौजूद हैं। मैं हमेशा आयातकों से टमाटर खरीदा करता था। मुझे आपसे स्थानीय ताजा टमाटर खरीदने के बारे में सोचना चाहिए।

फोटो: इथियोपिया



नवीनीकरण - विभिन्न देशों/क्षेत्रों में अनुकूलन

कुछ देशों ने केन्या से अलग तरीके द्वारा स्टैकहोल्डर फ़ोरम की व्यवस्था की। इसके कुछ उदाहरण नीचे दिए जा रहे हैं।

बॉक्स 6 क्रेता-विक्रेता (बायर-सेलर) फोरम

क्रेता-विक्रेता फोरम - केवल खरीदारों और विक्रेताओं को आमंत्रित करना (नेपाल और मलावी)



फोटो: मलावी

< क्यों?> बागवानी फसलों के किसानों और खरीदारों के बीच गहरा अविश्वास और गलतफहमी थी।

<कैसे?> एक स्टैकहोल्डर फोरम के आयोजन के बजाय या उसके पहले कार्यान्वयनकर्ताओं ने एक क्रेता-विक्रेता फोरम की व्यवस्था की, जिसमें केवल किसानों और खरीदारों ने भाग लिया।

<परिणाम?> प्रतिभागी गहरी चर्चा करने और एक-दूसरे की स्थिति को बेहतर ढंग से समझने में सक्षम थे। उन्होंने पिछले अविश्वास और गलतफहमी पर काबू पाया और आगे के समाधान तलाशने शुरू किए, जिससे दोनों पक्षों को फ़ायदा होगा।

बॉक्स 7 अधिक किसान प्रतिनिधि फोरम में भाग लेते हैं

अधिक किसान प्रतिनिधि फोरम में भाग लेते हैं

(मलावी , इथियोपिया)



फोटो: मलावी

< क्यों?> मलावी और इथियोपिया के लक्षित(टारगेटेड) किसानों को बाजार के हितधारकों के साथ बातचीत पर बहुत कम विश्वास था। इसके अलावा उन्हें लगता था कि उन्होंने प्रशिक्षण में जो सीखा है, उसे वो समूह के अन्य सदस्यों को समझाने में ज़्यादा सक्षम नहीं थे।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने स्टैकहोल्डर फ़ोरम में भाग लेने के लिए हर समूह के चार से ज़्यादा प्रतिनिधियों को आमंत्रित किया।

<परिणाम?> किसानों ने बाजार हितधारकों के साथ बातचीत करने में सहजता महसूस की। फोरम के बाद समुदाय में आयोजित एक बैठक के दौरान, वो अपने साथी समूह के सदस्यों को ये विस्तार से समझाने में सक्षम थे कि उन्होंने फ़ोरम के दौरान क्या सीखा।

फोरम के दौरान श्रम बचाने वाले औजारों और उपकरणों का प्रदर्शन (फिलिस्तीन)



फोटो: फिलिस्तीन

<क्यों?> फिलिस्तीन में, विशेषकर महिला किसानों के लिए भारी श्रम एक गंभीर मुद्दा था।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने उन व्यवसायों को आमंत्रित किया जो अलग-अलग प्रकार के श्रम बचाने वाले कृषि औजार और उपकरण बेचते थे।

<परिणाम?> किसान समूहों ने ऐसे औजार और उपकरण खरीदने का फैसला किया, ताकि वे अधिक कुशलता से खेती कर सकें। श्रम की बचत करने वाले इन औजार और उपकरणों के आने से महिला किसानों को विशेष रूप से फ़ायदा हुआ।

जांच सूची - इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- ❑ फ़ोरम में भाग लेने वाले किसान प्रतिनिधि, अपने समूह के बाकी सदस्यों को फ़ोरम के निष्कर्षों और परिणामों के बारे में बताते हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान बागवानी के विभिन्न व्यावसायिक अवसरों को समझते हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान, फ़ोरम में आमंत्रित किए गए बाजार हितधारकों (स्टेकहोल्डर्स) के साथ अपने व्यापार नेटवर्क को बढ़ाते हैं।
- ❑ लक्षित (टारगेट) किसान, फ़ोरम में आमंत्रित किए गए बाजार हितधारकों (स्टेकहोल्डर्स) के साथ संपर्क बनाए रखते हैं।
- ❑ बाजार हितधारकों (स्टेकहोल्डर्स) में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ समूह के प्रतिनिधियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ किसान समूह में आयोजित फ़ीडबैक बैठक में भाग लेने वालों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **भाग लेने की इच्छा** - बाजार हितधारकों जैसे व्यापारियों, खुदरा विक्रेताओं आदि को फ़ोरम में भाग लेने में इतनी दिलचस्पी नहीं है। फ़ोरम में आने के पीछे उनकी प्रेरणा क्या है?

उत्तर: फ़ोरम में भाग लेने को इसलिए आते हैं कि क्योंकि वो अपने व्यापार नेटवर्क को बढ़ाना चाहते हैं। याद रखें, वो बहुत व्यस्त लोग हैं। यदि उन्हें फ़ोरम में भाग लेने का ज़्यादा फ़ायदा नहीं दिखाई देता, जैसे कि अगर उन्हें फ़ोरम में बहुत कम किसान समूहों को जानने का मौक़ा मिले तो वो अपनी रुचि खो देंगे। ऐसे मामलों में एक फ़ोरम आयोजित करने के बजाय, मार्केट सर्वे के दौरान व्यक्तिगत रूप से बाजार हितधारकों का दौरा करना बेहतर हो सकता है।

प्रश्न: **इतनी सक्रिय चर्चाएं नहीं हो रही हैं** - किसान, बाजार हितधारकों के साथ सक्रिय चर्चाएं कर पाने में समर्थ नहीं हैं। क्यों? उत्तर: इसके कई कारण हो सकते हैं। शायद किसान बहुत घबराए हुए हों, उनमें इतना आत्मविश्वास न हो या वो अपने समुदाय के बाहर किसी व्यक्ति के साथ औपचारिक चर्चा करने के आदी न हों। ऐसे मामले में विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को सक्रिय रूप से उनकी सहायता करनी चाहिए ताकि दोनों पक्ष आपस में सक्रिय चर्चा कर सकें।

प्रश्न: **रचनात्मक चर्चाएं नहीं हो रही हैं** - खरीदार और किसान एक-दूसरे से यह कहते हुए शिकायत करना शुरू कर देते हैं कि "खरीदार उचित मूल्य नहीं देते हैं" या "किसान अक्सर सड़ी हुई उपज को एक बैग के नीचे छिपा देते हैं"। वे अपनी समस्याओं के समाधान के लिए रचनात्मक चर्चा नहीं कर पाते। हमें क्या करना चाहिए?

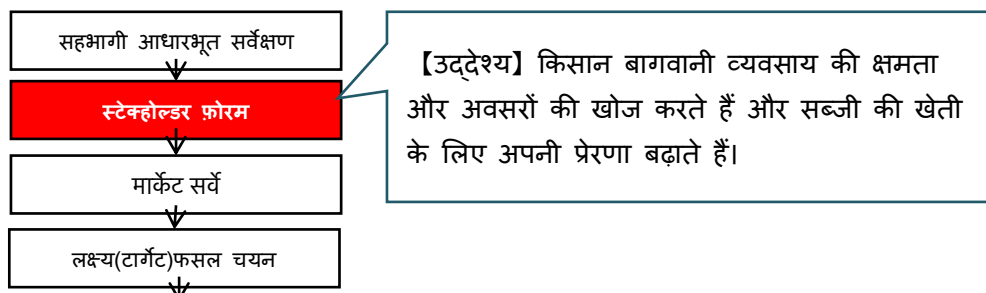
उत्तर: कार्यान्वयनकर्ताओं को सलाह दी जाती है कि वे फ़ोरम की शुरुआत में प्रतिभागियों को यह स्पष्ट करें कि फ़ोरम दूसरों पर आरोप लगाने की जगह नहीं है। बल्कि, यह प्रतिभागियों के लिए अपनी समस्याओं के समाधान खोजने आने का अवसर है। नेपाल में कार्यान्वयनकर्ताओं ने फ़ोरम की शुरुआत में सामान्य व्यापारिक समस्याओं को सूचीबद्ध करने के लिए एक विचार-मंथन सत्र

आयोजित किया। फिर, आमने-सामने की व्यापार वार्ता के दौरान, प्रतिभागियों को समस्याओं के समाधान पर ध्यान केंद्रित करने के लिए कहा गया ताकि वो ऐसी स्थिति तैयार करने का प्रयास करें, जिसमें सभी का फ़ायदा हो।

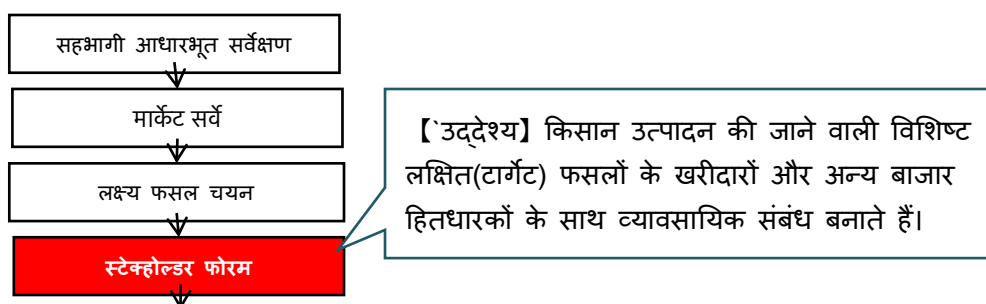
कॉलम 3: अलग क्रम, अलग उद्देश्य

केन्या में, स्टेकहोल्डर फ़ोरम का आयोजन सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) के बाद किया गया, यानी SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम के अपेक्षाकृत प्रारंभिक चरण में। दूसरी ओर, इथियोपिया जैसे कुछ देश किसानों द्वारा लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करने के बाद स्टेकहोल्डर फ़ोरम का आयोजन करते हैं। अगर फ़ोरम किसी अलग समय या क्रम में आयोजित किया जाता है, तो इसका उद्देश्य भी अलग होता है, जैसा कि नीचे बताया गया है।

[प्रारंभिक चरण में मंच का आयोजन]



[लक्ष्य(टारगेट) फसल चयन के बाद आयोजित मंच]



नोट: चूंकि फ़ोरम के आयोजित होने से पहले ही बाजार हितधारकों को किसानों द्वारा चुनी गई फसलों और किसान समूहों के हितों के बारे में बता दिया जाता है, इसलिए वो संभावित व्यापारिक भागीदारों के रूप में किसानों से मिलने के लिए फ़ोरम पर आने के इच्छुक हो जाते हैं।

2.2. मार्केट सर्वे

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम -मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-ज़मीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फ़ॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	



क्यों ? - उद्देश्य

SHEP में मार्केट सर्वे सरकारी कर्मचारियों या बाहरी विशेषज्ञों द्वारा नहीं, बल्कि खुद किसानों द्वारा किया जाता है। SHEP के किसानों द्वारा शुरू किए गए मार्केट सर्वे का मुख्य उद्देश्य उन्हें यह समझने के लिए प्रोत्साहित करना है कि बाजार कैसे संचालित होते हैं और बाजार उत्पादकों से क्या चाहते हैं। साथ ही बाजार सर्वेक्षण करके किसान, बाजार के विभिन्न खिलाड़ियों, जैसे थोक विक्रेताओं, खुदरा विक्रेताओं, बिचौलियों, आदि के साथ तालमेल बनाने में सक्षम होंगे, और अपने पारस्परिक नेटवर्क का विस्तार कर सकेंगे, जिससे बाजार हितधारकों के साथ आपसी फ़ायदे की स्थिति बनाने में मदद मिलेगी।

क्या ? - खाका

किसान समूहों द्वारा चुने गए किसान प्रतिनिधि मार्केट सर्वे करने का तरीका सीखने के लिए प्रशिक्षण में भाग लेते हैं। प्रशिक्षण में शामिल हैं (1) मार्केट सर्वे करने के तरीके पर स्पष्टीकरण हासिल करना और (2) स्थानीय बाजारों में आयोजित और क्रियान्वित किए गए वास्तविक मार्केट सर्वे का अभ्यास करना। प्रशिक्षण के बाद, किसान प्रतिनिधि समूह के अन्य सदस्यों को मार्केट सर्वे के परिणाम के साथ-साथ मार्केट सर्वे करने का तरीका भी सिखाते हैं, ताकि समूह SHEP में उनकी संलग्नता समाप्त होने के बाद भी बाद भी अपने दम पर मार्केट सर्वे करना जारी रख सके। यह याद रखना महत्वपूर्ण है कि SHEP के कार्यान्वयनकर्ता किसानों को केवल मार्केट सर्वे का "अभ्यास" करने का मौक़ा प्रदान करते हैं। "अभ्यास" के बाद, किसानों से लगातार "वास्तविक" मार्केट सर्वे करने की अपेक्षा की जाती है, जो कि किसानों द्वारा सरकार की मदद के बिना खुद किए जाते हैं।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- मार्केट सर्वे, **किसानों द्वारा** हाथ में एक प्रश्नावली फॉर्म लेकर **किया जाना चाहिए**, न कि सरकारी कर्मचारियों द्वारा।
- मार्केट सर्वे का उद्देश्य है जानकारी इकट्ठा करना, **न केवल बाजार के मूल्यों पर बल्कि आवश्यक गुणवत्ता और उत्पादन की मात्रा, कीमतों और व्यापारिक मात्रा के मौसमी उतार-चढ़ाव, भुगतान के तरीकों आदि के बारे में भी।**
- मार्केट सर्वे के दौरान किसानों को **प्रोत्साहित किया जाता है की वो जिन बाजार के खिलाड़ियों के साथ मिले हैं उनके साथ व्यावसायिक सम्बंध स्थापित करें।**
- किसानों को यह समझना चाहिए कि उन्हें सरकार की मदद के बिना **नियमित रूप से मार्केट सर्वे लगातार खुद ही करने की जरूरत है।**

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना



हम खुद मार्केट सर्वे का अभ्यास करके इसके महत्व को समझते हैं। इसलिए हम सरकारी कर्मचारियों पर निर्भर हुए बिना इसे करते रहेंगे।

स्वायत्तता के लिए समर्थन



हमने खरीदारों और इनपुट कंपनियों के साथ संपर्क सूचनाओं (टेलीफोन नम्बर आदि) का आदान-प्रदान किया। हम हमेशा उन्हें कॉल कर सकते हैं और सवाल पूछ सकते हैं।

संबद्धता के लिए समर्थन



हमें एक सर्वेक्षण प्रारूप दिया जाता है जिसका पालन करना आसान है। इसलिए अब हम जानते हैं कि हमें खरीदारों से कौन से प्रश्न पूछने

सक्षमता के लिए समर्थन

चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 2-3 घंटे)

1. (तैयारी) किसान समूह से मार्केट सर्वे के प्रशिक्षण में भाग लेने के लिए कुछ प्रतिनिधियों को चुनने के लिए कहें। इन प्रतिनिधियों में कुल तीन किसानों को शामिल होना है जिनमें एक साक्षात्कारकर्ता, एक नोट लेने वाला और एक समय का हिसाब करने का कार्य करेगा।
सुझाव! पुरुष और महिला दोनों को प्रतिनिधि के रूप में चुना जाना चाहिए। प्रशिक्षण में आसानी रहे, इसके लिए पढ़े-लिखे किसानों का चयन किया जा सकता है। हालांकि, पिछले अनुभव से पता चलता है कि समूह में साक्षर किसानों की पर्याप्त मदद से अनपढ़ किसान भी समूह के प्रतिनिधियों के रूप में काम कर सकते हैं।
2. (तैयारी) जिस बाजार में किसान जाने वाले हैं, वहां के प्रबंधकों से मार्केट सर्वे का अभ्यास करने की अनुमति ले लें। यदि SHEP कार्यान्वयनकर्ता और विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) इस बात से परिचित नहीं हैं कि बाजार में फसलों का व्यापार कैसे किया जाता है, तो किसानों को बाजार ले जाने से पहले कार्यान्वयनकर्ताओं के बीच प्रारंभिक मार्केट सर्वे करें। पता लगाएं और सप्ताह का सबसे उपयुक्त दिन और समय चुनें ताकि किसान कुशलता से जरूरी जानकारी एकत्र कर सकें।
3. मार्केट सर्वे कैसे करना है, यह सिखाने के लिए पहले एक प्रशिक्षण का आयोजन करें; पहले व्याख्यानों से शुरुआत करें, उसके बाद पास के बाजार में एक व्यावहारिक मार्केट सर्वे का अभ्यास करें।
4. किसानों ने बाजार में जो जानकारी एकत्र की है, उनको फिर से देखें। यह सुनिश्चित करने के लिए कि समूह के सभी सदस्यों के पास प्रतिनिधियों द्वारा इकट्ठी की गई जानकारी पहुंचे, प्रतिनिधियों से कहें कि वो एक निश्चित समय के अंदर समूह के बाकी सदस्यों के साथ जानकारी साझा करें (उदाहरण के लिए मार्केट सर्वे खत्म होने के एक सप्ताह के अंदर)। **सुझाव!** अन्य किसानों के साथ जानकारी साझा करने की एक स्पष्ट समय सीमा निर्धारित करें। विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को सूचना साझा करने की बैठक आयोजित करने में प्रतिनिधियों की मदद करनी चाहिए।



फोटो:केन्या

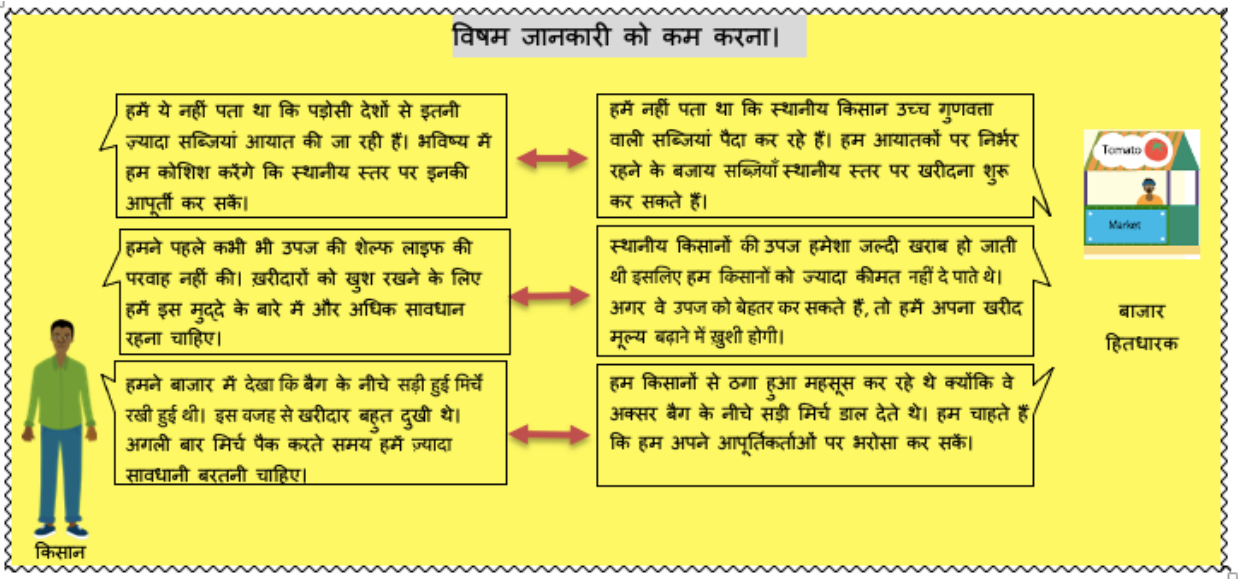
यह एक ऐसी किस्म है जिसकी शेल्फ लाइफ आपके द्वारा उगाई जाने वाली किस्म की तुलना में बहुत अधिक है। हमें यह किस्म पसंद है। इसलिए हम आपसे गोभी खरीदने में झिझकते हैं।



फोटो:केन्या

यह गोभी की कौन सी किस्म है? हम जो उगाते हैं, यह उससे अलग है

विषम जानकारी को कम करना।



प्रारूप - मार्केट सर्वे प्रश्नावली

यह एक सर्वेक्षण प्रश्नावली का नमूना है। नीचे दिखाए गए कॉलमों को भरने के अलावा, किसानों को प्रोत्साहित किया जाता है कि वो ऐसी कोई दूसरी प्रासंगिक जानकारी भी एकत्र करें, जो उन्हें लगता है कि उनके लिए जरूरी है। उस स्थिति में, उन्हें निर्देश दें कि वे प्राप्त जानकारी को प्रश्नावली शीट में एक खाली जगह में लिख लें।

उत्पाद डीलर का नाम और संपर्क	उत्पादन और विविधता	उत्पाद की गुणवत्ता और बाजार की मांगें	चरम मांग (महीने)	आपूर्ति (किलो) की आवृत्ति (दैनिक/साप्ताहिक आदि)	उत्पादन की जगह	खरीद का इकाई मूल्य (USD/किलो)	भुगतान का तरीका(प्रकार)	भुगतान की शर्तें	विपणन(मार्केटिंग) की चुनौतियां	समूह से उपज खरीदने की डीलर की इच्छा *

*यदि हां, तो कितनी जल्दी? यदि नहीं, तो कारण दें।

नवीनीकरण - विभिन्न देशों / क्षेत्रों में अनुकूलन

नीचे नवीनीकरण अनुकूलन (इनोटीव कस्टमाइज़ेशन) के कुछ उदाहरण दिए गए हैं, जो केन्या से भिन्न सामाजिक-आर्थिक स्थितियों वाले अलग-अलग देशों और क्षेत्रों में किए गए। इन परिवर्तनों के कारण उनके अपेक्षित उत्पादन में बढ़ोतरी हुई है।

मार्केट सर्वे के दौरान विभिन्न कंपनियों और संगठनों का दौरा

(लेसोथो, तंजानिया और जिम्बाब्वे)

<क्यों?> SHEP कार्यान्वयन टीम के पास वित्तीय और मानव संसाधन सीमित थे। संसाधन की कमी के कारण स्टेक्होल्डर फ़ोरम का आयोजन करना मुश्किल था।

<कैसे?> मार्केट सर्वे अभ्यास के दौरान कार्यान्वयनकर्ताओं ने उन कंपनियों और संगठनों के दौरे की व्यवस्था की, जो जरूरी नहीं कि बाजार में हों, लेकिन उसी शहर में या आसपास के शहर में मौजूद हों, जैसे कि कृषि इनपुट कम्पनियाँ, निर्यात कम्पनियाँ, अस्पताल, स्कूल, लॉज, सुपरमार्केट आदि। किसानों ने बाजार में खरीदारों के साथ-साथ प्रमुख बाजार हितधारकों (स्टेक्होल्डर) का भी दौरा किया और उनसे मुलाकात की।

<परिणाम?> जो असर एक स्टेक्होल्डर फ़ोरम पैदा कर सकता था, उसे औपचारिक फ़ोरम के आयोजन के लिए जरूरी अतिरिक्त वित्तीय और मानव संसाधन का उपयोग किए बिना, इस तरीके से हासिल किया गया।

मार्केट सर्वे अभ्यास (अल सल्वाडोर) से पहले किसानों द्वारा किया जाने वाला पूर्वाभ्यास (ड्राई रन)

<क्यों?> लक्षित (टारगेटेड) क्षेत्र में अधिकांश किसानों ने केवल उन बिचौलियों को अपनी उपज बेची जो उनके सब्जी बागानों में आए। उन्होंने बाजार में पहले कभी किसी के साथ बातचीत नहीं की थी। बाजार में लोगों से सवाल पूछने में उन्हें बहुत घबराहट होती थी।



फोटो: एल सल्वाडोर

<कैसे?> मार्केट सर्वे कैसे करना है ये सिखाने के बाद, कार्यान्वयनकर्ताओं ने किसान प्रतिनिधियों से कहा कि वो आपस में भूमिकाएं निभाकर (रोल प्लेइंग) सवाल पूछने का अभ्यास करें। कुछ ने किसान की भूमिका निभाई और कुछ ने बाजार के खरीदारों की भूमिका निभाई।

<परिणाम?> मार्केट सर्वे अभ्यास के दौरान सवाल पूछने में किसानों ने अधिक सहजता और आत्मविश्वास महसूस किया। वो खरीदारों से जो जानकारी चाहते थे, उसे कुशलता से और आत्मविश्वास के साथ हासिल करने में सक्षम थे।

कार्यान्वयनकर्ता किसानों की तैयारी के लिए एक मार्केट सर्वे आयोजित करते हैं (अल सल्वाडोर, दक्षिण अफ्रीका)

<क्यों? > कार्यान्वयनकर्ता स्थानीय बाजारों की स्थितियों से ज्यादा परिचित नहीं थे।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने पहले से ही बाजारों का दौरा किया और संभावित खरीदारों की पहचान की, यानी वो खरीदार जो छोटे किसान समूहों से सब्जियां खरीदने के इच्छुक हों। उन्होंने बाजारों के सरल मानचित्र (मैप) भी बनाए ताकि किसान उन्हें देखकर संभावित खरीदारों को आसानी से ढूंढ सकें।



एल सल्वाडोर में SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं द्वारा चित्रित बाजार का नक्शा और उनके द्वारा लिखी गई संभावित खरीदारों की व्याख्या

<परिणाम?> मार्केट सर्वे अभ्यास के दौरान, सीमित समय के अंदर, किसान उन खरीदारों को पहचानने में सक्षम थे जो उनके साथ व्यापार करने के इच्छुक हैं।

बॉक्स 12 जांच के लिए किसान छह से अधिक फसलों का चयन करते हैं

जांच के लिए किसान छह से अधिक फसलों का चयन करते हैं (एल साल्वाडोर और दक्षिण अफ्रीका)

<क्यों?> फसल उत्पादन के दौरान लक्षित(टारगेट) क्षेत्र को ऊंचे स्तर के, जलवायु-संबंधी और कीट/रोग-संबंधी जोखिमों का सामना करना पड़ा। फसलों में विविधता, क्षेत्र के किसानों की शीर्ष प्राथमिकताओं में से एक था। इसलिए, जोखिम प्रबंधन उद्देश्यों के लिए लक्षित(टारगेट) किसानों की दिलचस्पी विभिन्न प्रकार की फसलों को उगाने की वित्तीय और तकनीकी व्यवहार्यता (टेक्निकल फिजिबिलिटी) पता लगाने में थी।

<कैसे?> हालांकि शुरुआत में किसानों को ये निर्देश दिया गया था कि वो मार्केट सर्वे में जांच के लिए पांच लक्षित(टारगेट) फसलों को चुनें, लेकिन जब कार्यान्वयनकर्ताओं को यह एहसास हुआ कि फसलों में विविधता होनी चाहिए, उन्होंने किसानों को मार्केट सर्वे के लिए छह से ज्यादा फसलों को चुनने की सलाह दी।



फोटो: केन्या

<परिणाम?> मार्केट सर्वे के बाद किसान ऐसी संभावित फसलें खोज पाए, जो उनके लिए परिचित नहीं थीं। कार्यान्वयनकर्ताओं ने किसानों को उनके द्वारा चुनी गई लक्षित(टारगेट) फसलों के लिए विशिष्ट उत्पादन तकनीकों पर प्रशिक्षण देकर किसानों की मदद की। जिसके बाद, किसान फसल की विविधता बढ़ाने के काम में संलग्न हो सके।

बॉक्स 13 निरक्षर किसानों को मार्केट सर्वे के लिए प्रतिनिधियों के रूप में चुना गया

मार्केट सर्वे के लिए निरक्षर किसानों को प्रतिनिधि के रूप में चुना गया (इथियोपिया और दक्षिण अफ्रीका)



फोटो: इथियोपिया

<क्यों?> लक्षित(टारगेट) क्षेत्र में अधिकांश किसान निरक्षर थे और समूह के उत्साहित सदस्य, जो समूह का नेतृत्व कर सकते थे, अनिवार्य रूप से साक्षर नहीं थे।

<कैसे?> मार्केट सर्वे अभ्यास के लिए साक्षर और निरक्षर दोनों किसानों को समूह प्रतिनिधि के रूप में चुना गया।

<परिणाम?> साक्षर और निरक्षर किसानों ने अपनी अलग-अलग ताकत का प्रदर्शन किया। उदाहरण के लिए, साक्षर किसानों को उन लोगों से बातचीत करने में ज्यादा विश्वास था जिन्हें वे नहीं जानते थे। उन्होंने बिना किसी कठिनाई के नोट्स भी बनाए। दूसरी ओर, निरक्षर किसानों की याददाश्त अक्सर अच्छी होती थी और वे बहुत चौकस रहते थे। इस तरह साक्षर और निरक्षर दोनों किसान, सर्वेक्षक के रूप में एक अच्छी टीम बनाने में सफल हो पाए। इसके अलावा, निरक्षर किसानों के समूह के प्रतिनिधियों के रूप में चुनाव ने, न केवल चुने गए लोगों को, बल्कि समूह के दूसरे निरक्षर साथी सदस्यों को भी मनोवैज्ञानिक रूप से सशक्त बनाया।

औपचारिक और अनौपचारिक दोनों बाजारों में मार्केट सर्वे आयोजित करना **(दक्षिण अफ्रीका और जिम्बाब्वे)**

<क्यों?> लक्षित(टारगेट) क्षेत्र में दो विशिष्ट बाजार थे: औपचारिक बाजार जैसे सुपरमार्केट और अनौपचारिक बाजार जैसे स्थानीय खुली जगह वाले (ओपन-एयर) बाजार। इन दोनों बाजारों के खिलाड़ी (मार्केट प्लेयर्स) और उनकी जरूरतें बहुत अलग थीं।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने मार्केट सर्वे के दो अभ्यास सत्रों की व्यवस्था की; एक औपचारिक बाजार के लिए और दूसरा अनौपचारिक बाजार के लिए। उन्होंने पहले एक ऐसे अनौपचारिक बाजार में मार्केट सर्वे का आयोजन किया, जिससे किसान अधिक परिचित थे, और इसके बाद एक औपचारिक बाजार में इसका आयोजन किया गया।



फोटो: एल साल्वाडोर

<परिणाम?> किसान यह समझ पाए कि अलग-अलग बाजारों की फसलों के प्रकार, गुणवत्ता और मात्रा को लेकर खास प्राथमिकताएं थीं। वो किसान जो औपचारिक बाजार से परिचित नहीं थे, उन्होंने औपचारिक और अनौपचारिक दोनों बाजारों में अवसरों की सावधानीपूर्वक तुलना कर, सुपरमार्केट जैसे औपचारिक बाजार में प्रवेश करने की संभावना की जांच करना शुरू कर दिया।

जांच सूची- इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- ❑ अभ्यास में भाग लेने वाले किसान प्रतिनिधि, समूह के दूसरे सदस्यों को मार्केट सर्वे अभ्यास के निष्कर्षों और परिणामों के बारे में बताते हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान समझते हैं कि इस बार किया गया मार्केट सर्वे बस एक "अभ्यास" है और "वास्तविक" मार्केट सर्वे, किसानों द्वारा सरकार की मदद के बिना अपनेआप नियमित तौर पर आयोजित किए जाने चाहिए।
- ❑ लक्षित(टारगेट) किसान उन बाजार हितधारकों के साथ संपर्क बनाए रखते हैं, जिनसे वे मार्केट सर्वे के दौरान मिले थे।
- ❑ समूह के प्रतिनिधियों का पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ किसान समूह में आयोजित फीडबैक बैठक में भाग लेने वालों का पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **स्थानीय बाजार बहुत छोटा है** - लक्षित(टारगेट) किसानों के पास का स्थानीय बाजार बहुत छोटा है और वहां केवल

आलू और प्याज बेचे जाते हैं। ऐसे बाजार का सर्वे करने के बाद किसान निराश थे क्योंकि वो कुछ भी नया नहीं सीख पाए। ऐसी स्थिति में मुझे क्या करना चाहिए?

उत्तर: एक छोटा स्थानीय बाजार भी किसानों के लिए उपयोगी जानकारी देने में सक्षम हो सकता है। उदाहरण के लिए, अगर बाजार के हितधारकों का सही तरीके से साक्षात्कार किया जाए, तो वो किसानों को मौसमी मांग के परिवर्तन, वार्षिक मूल्य में उतार-चढ़ाव, मौसम के आधार पर उपज के विभिन्न स्रोत, पसंदीदा आकार, किस्म, माप आदि के बारे में जानकारी दे सकते हैं। किसान नियमित रूप से मार्केट सर्वे करके स्थानीय बाजार के खिलाड़ियों (मार्केट प्लेयर्स) के साथ अपने संबंधों को मजबूत कर सकते हैं। इसलिए, मार्केट सर्वे के अभ्यास के लिए नज़दीकी स्थानीय बाजार का दौरा करना आमतौर पर एक अच्छा शुरुआती कदम है। हालांकि, अगर आपको और किसानों को लगता है कि अलग-अलग बाजारों, जैसे बड़े शहरों के बाजार, में जाना ज़्यादा फायदेमंद होगा तो आप ऐसा ज़रूर करें। ऐसे बाजारों का सर्वेक्षण करने के बाद अगर किसान आश्वस्त हैं कि ये उनके समय और आने-जाने के खर्च के लायक है, तो इसकी पूरी संभावना है कि किसान, आगे भी बाजार का दौरा करना जारी रखेंगे। एक और महत्वपूर्ण बात यह है कि एक "बाजार" का मतलब केवल "भौतिक बाजार" नहीं है। फुटपाथ विक्रेता (स्ट्रीट वेंडर) या स्थानीय स्कूल, अस्पताल, जेल जैसे संस्थान भी बाजार हो सकते हैं। अगर किसानों को लगता है कि



फोटो:ताकेशी कुनो/JICA केन्या

उनके आस-पास के बाज़ार ज़्यादा उपयोगी जानकारी प्रदान नहीं कर पा रहे, तो उनके इलाके के ऐसे संभावित खरीदारों से संपर्क करने की कोशिश करें।

प्रश्न: कीमतों पर जानकारी प्राप्त करना मुश्किल है - बाज़ार के व्यापारी बिक्री या खरीद की असली कीमत के बारे में जानकारी नहीं देते हैं। वो कितना मुनाफ़ा कमा रहे हैं, इस विषय में वो बहुत गोपनीय हैं। क्या कीमतों के बारे में सटीक जानकारी प्राप्त करने का कोई तरीका है?

उत्तर: यह स्वाभाविक है कि व्यापारी अपने मुनाफ़े का खुलासा करने में हिचकते हैं। ये पूछने की बजाय कि वो कितना कमाते हैं, आप उनसे सामान्य प्रश्न पूछ सकते हैं, जैसे कि किसी विशेष उत्पाद के वार्षिक मूल्य में उतार-चढ़ाव से संबंधित सवाल। आप बाज़ार के खरीदारों से यह भी पूछें कि आप जिस फसल की जांच कर रहे हैं, उसके लिए उन्होंने कितना भुगतान किया।

प्रश्न: किसान समूह के अंदर प्रेरणा के विभिन्न स्तर - जबकी समूह के प्रतिनिधि, मार्केट सर्वे अभ्यास के सफल समापन के बाद बाज़ार की मांगों और आवश्यकताओं के बारे में अच्छी तरह जान गए हैं, फिर भी समूह के अन्य सदस्य प्रेरित नहीं दिखाई देते। ऐसा क्यों?

उत्तर: क्या आपने यह सुनिश्चित किया है कि समूह के प्रतिनिधियों ने मार्केट सर्वे के दौरान जो जानकारी हासिल की है, उसे उन्होंने समूह के अन्य सदस्यों के साथ साझा किया है? प्रतिनिधियों के लिए समूह के अन्य सदस्यों को जानकारी देना अनिवार्य होना चाहिए ताकि वो उपयोगी जानकारी पर "एकाधिकार" न कर सकें। कृपया इसके लिए एक नियम बनाने पर विचार करें, उदाहरण के लिए, सभी प्रतिनिधि मार्केट सर्वे के एक सप्ताह बाद एक बैठक आयोजित करें और मार्केट सर्वे के दौरान उनके द्वारा हासिल की गई जानकारी को समूह के सदस्यों के साथ साझा करें।

कॉलम 4: SHEP मार्केट सर्वे के तीन सिद्धांत



SHEP का मार्केट सर्वे तीन बहुत महत्वपूर्ण "सिद्धांतों" को प्रदर्शित करता है। ये सिद्धांत, किसानों की स्वायत्तता और क्षमता की मनोवैज्ञानिक ज़रूरतों का समर्थन करने पर जोर देते हैं। ये तीन सिद्धांत हैं: ऐसी जानकारी एकत्र करना जो (1) किसानों की स्थितियों के अनुकूल हो (2) किसानों के दृष्टिकोण से इकट्ठा की गई हो, और (3) किसानों द्वारा एकत्र की गई हो, ताकि किसान व्यावसायिक संभावनाओं और विकल्पों का पता लगा सकें। मार्केट सर्वे की पारंपरिक धारणा के विपरीत, SHEP का मार्केट सर्वे केवल बाजार में उपलब्ध कीमतें जानने के बारे में नहीं है। बल्कि, यह व्यावसायिक क्षमता और विकल्प खोजने के बारे में है।

मार्केट सर्वे में SHEP के तीन सिद्धांत नीचे दिए गए रेखा-चित्र में दिखाए गए हैं, जहां हर एक सिद्धांत में, अनुपालन और गैर-अनुपालन के उदाहरणों की तुलना समझाई गई है।

सिद्धांत 1 "किसानों द्वारा"	सिद्धांत 2 "किसानों के दृष्टिकोण से"	सिद्धांत 3 "जानकारी जो किसानों की स्थितियों के अनुकूल हो"
<p>वह दिलचस्प जानकारी रखती है। चलो फिर से उससे मिल कर आते हैं।</p> <p>क्या आप अगली बार हमारे खेत देखने आना चाहेंगे?</p> <p>किसान सीधे बाजार के अभिनेताओं से संवाद करते हैं</p> <p>अधिकारी ही व्यापारियों से बात कर रहे हैं। हम किसान उनसे सीधे बात नहीं कर सकते...</p> <p>अधिकारी मोर्चा संभालते हैं</p>	<p>क्या आप दुलाई की व्यवस्था भी कर सकते हैं?</p> <p>क्या आप कम मात्रा में हमारी उपज खरीदेंगे?</p> <p>किसानों के लिए ज़रूरी जानकारी जुटाना</p> <p>ये सब्जियां फ्रांस जा रही हैं या नीदरलैंड?</p> <p>ऐसी जानकारी जुटाना जिसे किसानों को जानने की ज़रूरत नहीं है</p>	<p>क्या इस आकार की सब्जी का अधिक मूल्य मिल सकता है?</p> <p>क्या बिना सिंचाई के इस किस्म की खेती की जा सकती है?</p> <p>किसानों की क्षमता, तकनीक और संसाधनों के अनुकूल जानकारी की तलाश करना</p> <p>निर्यात के लिए ग्रीनहाउस सब्जियों की बड़ी आपूर्ति बहुत अच्छी रहेगी।</p> <p>ऐसी जानकारी की तलाश करना जो सबसे अधिक ललचानेवाली हो</p>

तीन सिद्धांतों में, सर्वेक्षणों को "खुद किसानों द्वारा किया जाना", शायद सबसे महत्वपूर्ण अंग है। SHEP गतिविधियों की सफलता के लिए किसानों की स्वायत्तता और मार्केट सर्वे पर उनका स्वामित्व बेहद महत्वपूर्ण है।

SHEP का मार्केट सर्वे, जो न केवल बाजार की कीमतें पता लगाने की कोशिश करता है, बल्कि बहुआयामी बाजार जानकारी भी हासिल करता है, असल में इसे बाजार की "छिपी हुई जानकारी" को उजागर करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। इस छिपी हुई जानकारी तक पहुँचने, इसे महसूस करने और समझने के लिए, ऐसे लोगों के साथ अनुभवों को बाँटना और बातचीत करना ज़रूरी है, जिनके पास ये जानकारी मौजूद है। इस मायने में किसानों के लिए यह ज़रूरी है कि वो खुद बाजार जाएं और बाजार के अभिनेताओं (मार्केट एक्टर्स) जैसे कि खरीदारों, बिचौलियों, दुकानदारों आदि के साथ खुद बातचीत करें। यही कारण है कि किसानों के लिए खुद मार्केट सर्वे करना ज़रूरी है।

SHEP के मार्केट सर्वे का मकसद बाजार में छिपी हुई ऐसी जानकारी को उजागर करना है, जो लक्षित(टार्गेटेड) किसानों के लिए



प्रासंगिक और फायदेमंद है। दूसरे शब्दों में SHEP के मार्केट सर्वे का मक़सद है, किसानों के निशब्द ज्ञान को बाज़ार के छिपे हुए ज्ञान के साथ साझा और उपयोग करना। मार्केट सर्वे की प्रक्रिया में दो तरह की निशब्द जानकारी (टैसिट नॉलेज) प्रभावी ढंग से जुड़कर नई जानकारी में ढल जाएगी।

यहां उन किसानों की कुछ टिप्पणियां दी गई हैं, जिन्होंने तीन सिद्धांतों का पालन करके सफलतापूर्वक मार्केट सर्वे किया।

- हमने महसूस किया कि हमें गाजर की कटाई पहले की तुलना में जल्दी करनी चाहिए। छोटी गाजर का स्वाद बेहतर होता है और वो बड़ी गाजर की तुलना में अधिक कीमत पर बिकती है।
- हमने पाया है कि हमें गाजर की कटाई सुबह बहुत जल्दी, जब बाहर अंधेरा रहता है तभी कर लेनी चाहिए। इस तरह से काटे जाने पर गाजर अधिक समय खराब नहीं होती। खरीदार ऐसी गाजर खरीदने और हमें इसकी बेहतर कीमत देने को तैयार हैं।
- हमने महसूस किया है कि बाज़ार में एक बार में बड़ी मात्रा में उत्पाद की आपूर्ति करने की बजाय पूरे मौसम में लगातार आपूर्ति करना कम जोखिम भरा है।
- हमें विश्वास है कि प्रमाणित बीज और संकर(हाइब्रिड) बीज बेहतर गुणवत्ता वाली सब्जियां पैदा कर सकते हैं, जिसका मतलब है कि हम उन्हें अधिक कीमत पर बेच सकते हैं।
- हम समझते हैं कि रोपण का समय महत्वपूर्ण है। हमें सही समय पर बीज बोना चाहिए या जल्दी पकने वाली किस्मों के बीज का उपयोग करना चाहिए, ताकि हम चरम-मांग वाले महीनों में कटाई कर सकें।
- हमने पाया कि थोक बाज़ार में लंबी शेल्फ-लाइफ वाली गोभी की एक किस्म को प्राथमिकता दी जाती है। इसके विपरीत एक प्रकार की गोभी, जो मीठी और रसीली होती है और सलाद के लिए उपयुक्त होती है, शेल्फ-लाइफ कम होने के बावजूद खुदरा बाज़ार में पसंद की जाती है।
- मार्केट सर्वे के दौरान हमारी मुलाकात एक बिचौलिए से हुई। हमने आलू के पसंदीदा आकार के बारे में जानकारी प्राप्त की। उसके बाद, बिचौलिए हमारे खेतों में नियमित रूप से हमारे आलू को उच्च कीमत पर खरीदने के लिए आने लगे।
- मार्केट सर्वे के दौरान, हमने महसूस किया कि केले के विभिन्न उत्पादों में से, केले के बिस्कुट इस इलाके में सबसे ज़्यादा लोकप्रिय थे। उसके बाद हमने केले के बिस्कुट का एक छोटा पैकेज बनाना शुरू किया, जो मौजूदा बाज़ार में उपलब्ध नहीं था। ये पैकेज हमारे समूह के स्टोर पर सबसे ज़्यादा बिकने वाला उत्पाद बन गया और कई स्थानीय बच्चे बिस्कुट के इस पैकेज को पसंद करते हैं।
- खुदरा विक्रेता ने हमें बताया है कि वह छोटे किसानों से उपज नहीं खरीदना चाहता क्योंकि जब वह उनके खेत में फसल खरीदने जाता है, तो वे फसल को चढ़ाने(लोड) करने में उसकी मदद नहीं करते हैं। दूसरी ओर, मध्यम से बड़े पैमाने के उत्पादकों के पास हमेशा कोई न कोई सहायता के लिए खेत में उपलब्ध होता है। इस कहानी को सुनने के बाद, हम यह सुनिश्चित करते हैं कि लोडिंग प्रक्रिया के दौरान समूह के बहुत से सदस्य खुदरा विक्रेता की मदद करें। खुदरा विक्रेता अब हमसे फसल खरीदता है।

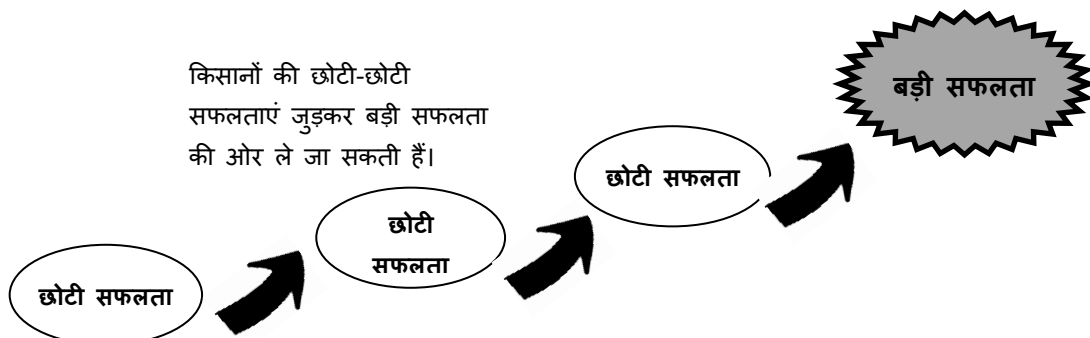


फ़ोटो: केन्या



फ़ोटो: केन्या

कुछ लोगों को किसानों द्वारा मार्केट सर्वे के दौरान प्राप्त जानकारी, जैसी ऊपर दिखायी गई है, महत्वहीन लग सकती है। हालांकि, अगर यदि आप जानकारी की प्रकृति पर करीब से नज़र डालें, तो आप महसूस करेंगे कि किसानों द्वारा प्राप्त जानकारी का उपयोग किसानों द्वारा (1) तुरंत और (2) न्यूनतम अतिरिक्त संसाधनों के साथ किया जा है। इसलिए इस तरह की जानकारी से किसानों को आसानी से छोटी-छोटी सफलताएं मिल सकती हैं। ऐसे छोटी-छोटी सफलताएं वक्त के साथ बड़े लक्ष्य तक पहुंचने में महत्वपूर्ण होती हैं।



मार्केट सर्वे प्रश्नावली

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

उन किसान प्रतिनिधियों के नाम, जिनके द्वारा मार्केट सर्वे आयोजित किया गया: _____

उत्पाद डीलर का नाम और संपर्क	उत्पादन और विविधता	उत्पाद की गुणवत्ता और बाजार की मांगें	चरम मांग (महीने)	आपूर्ति (किलो) की आवृत्ति (दैनिक/साप्ताहिक आदि)	खरीद का इकाई मूल्य (USD/किलो)	भुगतान का तरीका(प्रकार)	भुगतान की शर्तें	विपणन(मार्केटिंग) की चुनौतियां	समूह से उपज खरीदने की डीलर की इच्छा

<उदाहरण>

मार्केट सर्वे प्रश्नावली

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

उन किसान प्रतिनिधियों के नाम, जिनके द्वारा मार्केट सर्वे आयोजित किया गया: _____

उत्पाद डीलर का नाम और संपर्क	उत्पादन और विविधता	उत्पाद की गुणवत्ता और बाजार की मांगें	चरम मांग (महीने)	आपूर्ति (किलो) की आवृत्ति (दैनिक/साप्ताहिक आदि)	खरीद का इकाई मूल्य (USD/किलो)	भुगतान का तरीका(प्रकार)	भुगतान की शर्तें	विपणन(मार्केटिंग) की चुनौतियां	समूह से उपज खरीदने की डीलर की इच्छा
श्री एस.के मवाई (0722-xxxxxx)	टमाटर (कोई भी किस्म)	- मध्यम आकार - आधा पका हुआ	मार्च, अप्रैल, और मई	1,000 किलो/सप्ताह	1 डॉलर	नकद	सामान मिलते ही भुगतान (कैश ऑन डिलिवरी)	भंडारण की अपर्याप्त सुविधाएं	इच्छुक
कुमारी जे.ओ ओउमा (0736-xxxxxx)	टमाटर (कैल जे)	- बड़ा आकार - आधा पका हुआ	फ़रवरी और मार्च	2,500 किलो/सप्ताह	1.20 डॉलर	चेक	सामान मिलने के दो सप्ताह बाद	भंडारण की अपर्याप्त सुविधाएं	इच्छुक
कुमारी ओ.जे अदुउ (0720-xxxxxx)	टमाटर (कैल जे)	- मध्यम आकार - आधा पका हुआ	दिसंबर और जनवरी	2,500 किलो/सप्ताह	1.15 डॉलर	नकद	सामान मिलने के एक हफ्ते बाद	कोई भी नहीं	अनिच्छुक

3. चरण 3 - किसान निर्णय लेते हैं

चरण 2 में किसान व्यवसाय के अवसरों की पहचान करते हैं। इसके बाद वो अगले यानी चरण 3 पर बढ़ते हैं, जहां वे अपने बागवानी व्यवसायों से संबंधित जरूरी निर्णय लेते हैं। इन निर्णयों में शामिल हैं उनकी योजना, जैसे कि किस फसल को किस समय, किस मात्रा और गुणवत्ता में उगाना है, आदि। ये निर्णय समूह की सहमति पर आधारित होते हैं। कुशल उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) के लिए जो भी सामूहिक कदम उठाने हैं, उनके लिए किसान समूह के सदस्य आपस में चर्चा करके फैसला लेंगे। SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं की भूमिका किसानों के लिए निर्णय लेना नहीं है, बल्कि कृषि पर उचित मार्गदर्शन और विशेषज्ञ ज्ञान प्रदान करके किसानों को सही निर्णय लेने में मदद करना है।

3.1. लक्षित (टारगेट) फसल का चयन

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम -मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-ज़मीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	



क्यों ? - उद्देश्य

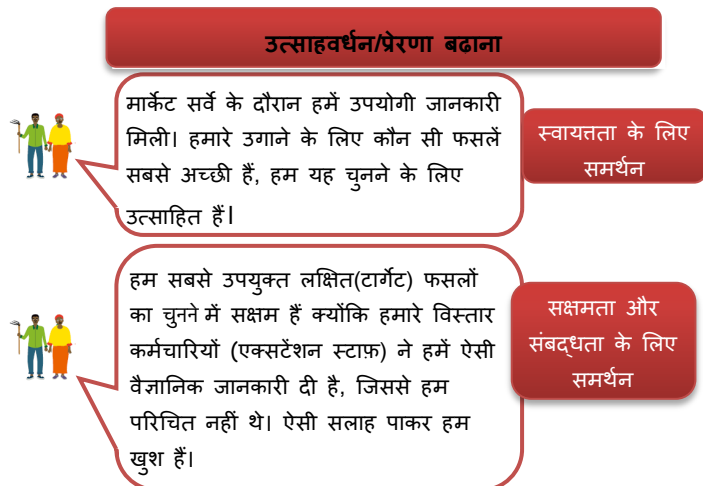
लक्षित (टारगेट) फसल के चयन का आयोजन इसलिए किया जाता है ताकि किसान समूह, सामूहिक रूप से उन विशेष प्रकार की फसलों की पहचान कर सकें, जिनकी बाजार द्वारा मांग की जाती है। किसान एक समूह के रूप में चयनित फसलों का उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) करने पर सहमत होते हैं।

क्या ? - खाका

किसान समूह मार्केट सर्वे के दौरान अपने निष्कर्षों के आधार पर लक्षित(टारगेट) बागवानी फसलों का चयन करते हैं। समूह अपनी चुनिंदा फसलों पर चर्चा करते हैं और एक समूह के रूप में फैसला करते हैं कि वो किन फसलों को उगाएंगे। फसल उत्पादन के विशेषज्ञ के रूप में विस्तार कर्मचारी(एक्सटेंशन स्टाफ), किसान समूह को फसल चयन प्रक्रिया के दौरान सलाह देते हैं।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- किसान समूह अपने भविष्य के खेती के अवसरों पर चर्चा करते हैं और अपनी पिछली SHEP गतिविधियों, विशेष रूप से, मार्केट सर्वे के आधार पर लक्षित(टारगेट) फसलों के बारे में निर्णय लेते हैं।
- विस्तार कर्मचारी उपयोगी सलाह और सुझाव देते हैं, विशेष रूप से कुछ विशिष्ट फसलों की कृषि-पारिस्थितिक (एग्रो-इकोलॉजिकल) उपयुक्तता के क्षेत्र में, ताकि किसान लक्षित (टारगेट) फसलों को चुनने में सही निर्णय ले सकें।



चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 2-3 घंटे)

1. एक बैठक आयोजित करें और यदि परिस्थिति उपयुक्त हो तो सदस्यों के साथ-साथ उनके जीवनसाथी को भी आमंत्रित करें। सुझाव! सदस्यों के जीवनसाथी को आमंत्रित करने से प्रभावी निर्णय लेने में सुविधा होती है क्योंकि जीवनसाथी की भी सब्जी उत्पादन में एक मजबूत हिस्सेदारी है।
2. किसान समूह को मार्केट सर्वे के निष्कर्षों पर चर्चा करने और लक्षित(टारगेट) फसल चयन शीट पर कुछ आशाजनक फसलों की जानकारी भरने के लिए कहें। सुझाव! शीट को भरने के लिए किसानों को मार्केट सर्वे और आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के परिणामों से मदद लेने की जरूरत पड़ सकती है। लक्ष्य फसल चयन के दौरान इन दस्तावेजों को उपलब्ध कराएं।
3. किसान समूह सूचीबद्ध फसलों को लक्षित(टारगेट) फसल के रूप में चुनने के फायदे और नुकसान पर चर्चा करता है। चुनी जाने वाली लक्षित(टारगेट) फसलें उगाने में आसान, स्थानीय उत्पादन परिस्थितियों के लिए उपयुक्त, सस्ती और उपयुक्त तकनीकी आवश्यकताओं वाली होनी चाहिए। सुझाव! विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ) को उत्पादन की उपयुक्तता और तकनीकी मुद्दों पर सलाह देनी चाहिए ताकि किसान केवल फायदा देखकर फसलों का चयन न करें।
4. समूह का प्रत्येक सदस्य अपनी पसंदीदा फसलों के लिए वोट करता है (अंध-मतदान/ब्लाइंड वोटिंग) - वोटिंग पेपर पर अपनी पहली और दूसरी पसंदीदा फसलों का नाम लिखें। समूह के सदस्यों के बीच आम सहमति बनाने के लिए समूह के सदस्यों के बहुमत, बेहतर हो यदि 70% से अधिक, सदस्यों को इस प्रक्रिया में भाग लेना चाहिए। फिर दूसरी फसल के लिए ऊपर की प्रक्रिया को दोहराएं। वोटों की संख्या के अनुसार फसलों को श्रेणीबद्ध करें और दो या तीन लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करें। सुझाव! विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ) को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि समूह के शक्तिशाली सदस्य, जैसे समूह के नेता, बुजुर्ग या सुशिक्षित सदस्य, समूह के निर्णय को प्रभावित न करें।

क्यों न हम इन दो फसलों को ही चुनें क्योंकि ये सबसे अधिक लाभदायक हैं?



फोटो: मलावी

रुको! क्या आप जानते हैं कि यह फसल गर्म मौसम में अच्छी तरह से नहीं उगती है? मैंने ये भी देखा कि इस क्षेत्र के कई किसान उस फसल के कीट प्रकोप से पीड़ित हैं। इन दो फसलों को चुनना बहुत जोखिम भरा है।

प्रारूप – लक्ष्य(टारगेट) फसल चयन शीट

ये एक लक्ष्य(टारगेट) फसल चयन शीट है। विश्लेषण की जाने वाली फसलों/किस्मों की संख्या, मार्केट सर्वे के परिणामों पर निर्भर करती है। हालांकि, समय की कमी को ध्यान में रखें। मार्केट सर्वे के दौरान किसानों द्वारा जांच की गई सभी फसलों का विश्लेषण करने के लिए बहुत अधिक समय की आवश्यकता हो सकती है। उस स्थिति में विस्तृत विश्लेषण के लिए सबसे आशाजनक विकल्प को चुनें।

फसल / किस्म	स्थानीय लोगों द्वारा सेवन किया जाता है या नहीं	फसल उगाने का अनुभव	रोपण का महीना / परिपक्वता अवधि	प्रमुख उत्पादन चुनौतियां	औसत विपणन (मार्केटिंग) योग्य उपज प्रति हेक्टेयर (किलो)	औसत इकाई मूल्य (USD /किग्रा)	कुल आय प्रति हेक्टेयर (USD)	उत्पादन लागत प्रति हेक्टेयर (USD)	अनुमानित कुल आय प्रति हेक्टेयर (USD)	मुख्य बाजार/ बाजारें	बाजार की आवश्यकताएं (गुणवत्ता/मात्रा)	टिप्पणियां	श्रेणी

नवीनीकरण - विभिन्न देशों / क्षेत्रों में अनुकूलन

लक्षित(टारगेट) फसलों के चयन में, विभिन्न देशों और क्षेत्रों में किए गए नवीन अनुकूलन के कुछ उदाहरण नीचे दिए गए हैं।

बॉक्स 15 दो अलग-अलग मौसमों के लिए लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन

दो अलग-अलग मौसमों के लिए लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन (रवांडा)

<क्यों?> रवांडा में सब्जी उत्पादन के लिए दो मुख्य मौसम हैं और हर मौसम में उगाई जाने वाली फसलें काफ़ी अलग होती हैं।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने किसान समूहों को प्रत्येक मौसम के लिए लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करने के लिए कहा।

<परिणाम?> किसान प्रत्येक मौसम में उगाने के लिए सर्वोत्तम फसलों का चयन करने में सक्षम थे। वे अब पहले से बेहतर योजना बना सकते हैं।



फोटो: रवांडा

बॉक्स 16 फसल का बजट बनाना

फसल बजट बनाना (फिलिस्तीन)

<क्यों?> सही लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करने के लिए किसान कुछ प्रमुख फसलों की मुनाफ़ा कमाने की क्षमता की विस्तार से जांच करना चाहते थे।

<कैसे?> विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की मदद से किसान समूहों ने किसानों की साक्षरता और संख्यात्मक कौशल के आधार पर कुछ प्रमुख फसलों की आय और लागत की गणना की और "फसल बजट" आयोजित किया, जो एक विशिष्ट फसल के मुनाफ़ा कमाने की क्षमता का विश्लेषण था।

<परिणाम?> किसान सही लक्षित(टार्गेट) फसलों का चयन करने के प्रति अधिक आश्वस्त हुए। इस गणना अभ्यास ने किसानों के व्यवसाय प्रबंधन कौशल को भी बढ़ाया।



फोटो: फिलिस्तीन

जांच सूची- इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- ❑ लक्षित(टार्गेटेड) किसान लक्षित(टार्गेट) फसल का चयन करने के तरीकों को समझ सकते हैं।
- ❑ लक्षित(टार्गेटेड) किसान समझते हैं कि फसलों का चयन करते समय केवल मुनाफ़े को आधार नहीं बनाना है, बल्कि कृषि - पारिस्थितिक स्थितियों के साथ- साथ अपने तकनीकी कौशल और वित्तीय क्षमता को भी ध्यान में रखा जाना ज़रूरी है।
- ❑ लक्षित (टार्गेटेड) किसान समूह भविष्य में नियमित रूप से स्वयं लक्षित(टार्गेट) फसल का चयन करने के लिए तैयार हैं।
- ❑ प्रतिभागियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ निर्णय लेने में पुरुष और महिला सदस्यों की भागीदारी की गुणवत्ता सुनिश्चित की जाती है।
- ❑ (वैकल्पिक) सदस्यों के जीवनसाथी निर्णय लेने में शामिल होते हैं।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **टाई वोट(बराबर वोट मिलना)**- अगर कई फसलों को लक्षित(टार्गेट) फसल के बराबर वोट मिले तो मुझे क्या करना चाहिए?
उत्तर: किसानों से फिर से वोट करने के लिए कहें। इस बार वे उन्हें फसलों को वोट देंगे जिन्हें बराबर वोट मिले हैं।

प्रश्न: **अधिक आपूर्ति के बारे में चिंता** - मुझे डर है कि दो या तीन लक्षित(टार्गेट) फसलों का चयन करने से स्थानीय बाजार में उन फसलों की अधिक आपूर्ति हो जाएगी, जिससे अंत में उन फसलों की कीमत कम हो जाती है।

उत्तर: मार्केट सर्वे के दौरान, किसान अन्य सूचनाओं के साथ-साथ ये जानकारी भी एकत्र करते हैं कि लक्षित(टार्गेट) बाजार, फसलों की कितनी मात्रा की खपत कर सकता है। इसलिए, किसानों में यह आकलन करने की क्षमता भी होनी चाहिए कि किस बाजार के लिए, किस समय पर, कितनी मात्रा, ज़रूरत से अधिक है। जब तक किसानों को यह पता हो कि उन्हें बाजार में कब और कितनी मात्रा में आपूर्ति करनी चाहिए, ज़रूरी नहीं है कि कुछ लक्षित(टार्गेट) फसलों का चयन स्थानीय बाजार को पूरा भर देगा(सेचुरेट कर देगा)।

प्रश्न: **जिन फसलों का चयन नहीं हुआ**- मुझसे किसानों द्वारा पूछा गया कि क्या उन्हें ऐसी फसलें लगाने की अनुमति है जो समूह द्वारा नहीं चुनी गई हैं। मुझे क्या जवाब देना चाहिए?

उत्तर: लक्षित(टार्गेट) फसलों का चयन करने का अर्थ है कि किसान विस्तार कर्मचारियों(एक्सटेंशन स्टाफ़) से उन फसलों पर गहन उत्पादन प्रशिक्षण प्राप्त कर सकते हैं। किसान समूह उन चयनित फसलों के लिए सामूहिक विपणन(मार्केटिंग) की योजना भी बना सकते हैं। दूसरी ओर, किसान अपनी इच्छानुसार कोई भी अन्य फसल उगाने के लिए स्वतंत्र हैं। बात सिर्फ़ ये है कि इस स्थिति में वे ऐसी फसलों के लिए फसल-विशिष्ट प्रशिक्षण और समूह योजना बनाने के अवसर प्राप्त करने में सक्षम नहीं हो पाएंगे।

लक्ष्य(टारगेट) फसल चयन शीट

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

फसल / किस्म	स्थानीय लोगों द्वारा उपभोग किया गया या नहीं	फसल उगाने का अनुभव	रोपण का महीना / परिपक्वता अवधि	प्रमुख उत्पादन चुनौतियां	औसत विपणन योग्य उपज प्रति हेक्टेयर (किलो)	औसत इकाई मूल्य (USD/कि लो)	कुल आय प्रति हेक्टेयर (USD)	उत्पादन की लागत प्रति हेक्टेयर (USD)	अनुमानित कुल आय प्रति हेक्टेयर (USD)	मुख्य बाजार	बाजार की आवश्यकताएं (गुणवत्ता/मात्रा)	टिप्पणियां	श्रेणी

<उदाहरण>

लक्ष्य(टार्गेट) फसल चयन

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

फसल / किस्म	स्थानीय लोगों द्वारा उपभोग किया गया या नहीं	फसल उगाने का अनुभव	रोपण का महीना / परिपक्वता अवधि	प्रमुख उत्पादन चुनौतियां	औसत विपणन योग्य उपज प्रति हेक्टेयर (किलो)	औसत इकाई मूल्य (यूएसडी /किलो)	कुल आय प्रति हेक्टेयर (यूएसडी)	उत्पादन की लागत प्रति हेक्टेयर (यूएसडी)	अनुमानित कुल आय प्रति हेक्टेयर (यूएसडी)	मुख्य बाजार	बाजार की आवश्यकताएं (गुणवत्ता/मात्रा)	टिप्पणियां	श्रेणी
गाजर / नैन्टेस	हाँ	हाँ	मार्च और जुलाई / 3 महीने	गाजर रस्ट फ़लाई (कीट जो जड़ों को प्रभावित करता है)	10,000	0.20	2,000	825	1,175	X बाजार Y बाजार	X बाजार: गुरुवार को 300 किग्रा Y बाजार: सोमवार को 200 किग्रा	छोटे आकार के गाजर गांव में बेचे जा सकते हैं, रोग प्रतिरोधी	3
पालक / कॉर्नेट	हाँ	हाँ	मार्च / 3 महीने	बीज की ऊंची लागत	22,500	0.15	3,375	1,000	2,375	Y बाजार Z फुटकर विक्रेता	Y बाजार: सोमवार को 500 किग्रा Z फुटकर विक्रेता: बुधवार को 100 किग्रा	Z फुटकर विक्रेता खुद खेत तक आता है	1
हरी प्याज / सफेद लिस्बन	हाँ	हाँ	फरवरी और जून / 1 महीना	कोई नहीं	5,000	0.10	500	75	4 25	X बाजार Y बाजार	X बाजार: गुरुवार को 600 किग्रा Y बाजार: सोमवार को 400 किग्रा	उगाने में आसान	
केल /थाउसैंड हेड	हाँ	हाँ	मार्च / 3 महीने	काली सड़न (पत्ती पर निशान)	20, 000	0.15	3, 000	1,000	2, 000	एक्स मार्केट वाई मार्केट	X बाजार: गुरुवार को 600 किग्रा Y बाजार: सोमवार को 200 किग्रा	गांव में बेचा जा सकता है	2

3.2 फसल कैलेंडर बनाना

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम -मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-ज़मीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फ़ॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	

हम यहां हैं।

क्यों ? - उद्देश्य

फसल कैलेंडर बनाना, किसानों को एक समूह के रूप में, पिछली गतिविधि में चुनी गई लक्षित(टारगेट) फसलों के उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) दोनों के संदर्भ में, भविष्य की कार्रवाई की योजना बनाने के काबिल बनाता है।

क्या ? - खाका

किसान एक समूह के रूप में उनके द्वारा चुनी गई लक्षित(टारगेट) फसलों को ध्यान में रखकर, उत्पादन के साथ-साथ विपणन गतिविधियों की वार्षिक योजना बनाते हैं। इस योजना में फसलों के उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) के साथ-साथ समूह के कृषि व्यवसाय को सुविधाजनक बनाने वाली गतिविधियों के लिए की जाने वाली सामूहिक कार्रवाई भी शामिल है।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियाँ

- किसान समूह आपस में चर्चा करके, लक्षित(टारगेट) फसलों के लिए एक विशिष्ट वार्षिक उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) योजना बनाकर, स्थायी कृषि व्यवसायों को साकार करने का सबसे अच्छा तरीका तय करते हैं। योजना में, एक समूह के रूप में आयोजित की जाने वाली अन्य गतिविधियां भी शामिल हैं, जो बागवानी से अधिक आय पैदा करने में मदद करेंगी (चित्र 7)।
- किसान समूह की वर्तमान क्षमता को देखते हुए विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) यह सुनिश्चित करते हैं कि योजना यथार्थवादी और हासिल करने लायक है।

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना

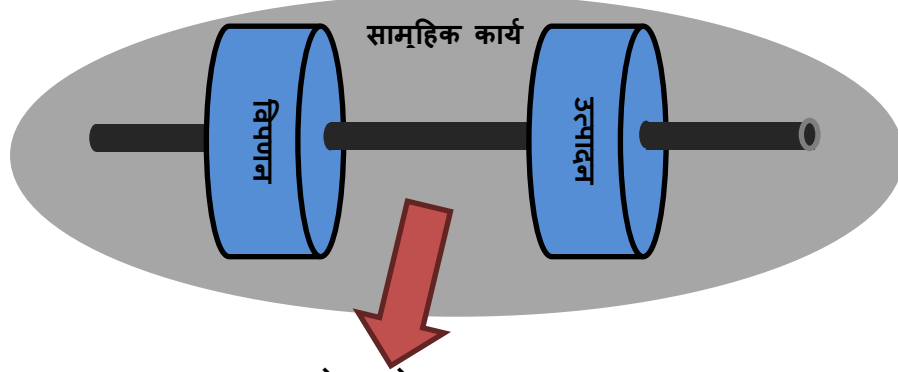
अब हम लक्ष्य फसलों को सफलतापूर्वक उगाने के लिए दृढ़ हैं। हम एक समूह के रूप में विभिन्न उत्पादन और विपणन गतिविधियों की योजना बना सकते हैं।

स्वायत्तता के लिए समर्थन

हमारे विस्तार कर्मचारी हमें योजना को यथार्थवादी बनाने की सलाह देते हैं। हमें उस पर भरोसा है क्योंकि उनकी सलाह बहुत हद तक सही है। हम एक अच्छी योजना बनाने में

सक्षमता और संबद्धता के लिए समर्थन

सामूहिक कार्य के लिए एक धुरी के रूप में फसल कैलेंडर



आगे बढ़ते हुए

चित्र 7 फसल कैलेंडर में गौर किए जाने वाले विषय

चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 2-3 घंटे)

1. फसल कैलेंडर प्रारूप के अनुसार, किसान समूह पहले यह तय करते हैं कि वे लक्षित(टारगेट) फसलों के संबंध में क्या परिवर्तन करना चाहते हैं। उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) दोनों में किए जाने वाले इन परिवर्तनों में, फसलों/किस्मों, गुणवत्ता, मात्रा, फसल का समय, खरीदार और अन्य विषय जैसे पैकेजिंग में बदलाव या सुधार शामिल हैं।
2. यह तय करने के बाद कि वे कौन से परिवर्तन हासिल करना चाहते हैं, किसान समूह एक वार्षिक योजना बनाते हैं। इस योजना में हर महीने के हिसाब से (1) उत्पादन, (2) विपणन(मार्केटिंग) व व्यवसाय प्रबंधन, और (3) लक्षित(टारगेट) फसलों पर ध्यान केंद्रित करने वाली अन्य सामूहिक गतिविधियों का लेखा-जोखा तय किया जाता है। सुझाव! *विस्तार कर्मचारी किसान समूहों को यह याद रखने में मदद करते हैं कि उन्होंने पिछली SHEP गतिविधियों में बाजार की जानकारी, रिकॉर्ड रखने के कौशल आदि के दौरान क्या सीखा है, ताकि वे इस ज्ञान का उपयोग ठोस कार्यों की योजना बनाने में कर सकें।*

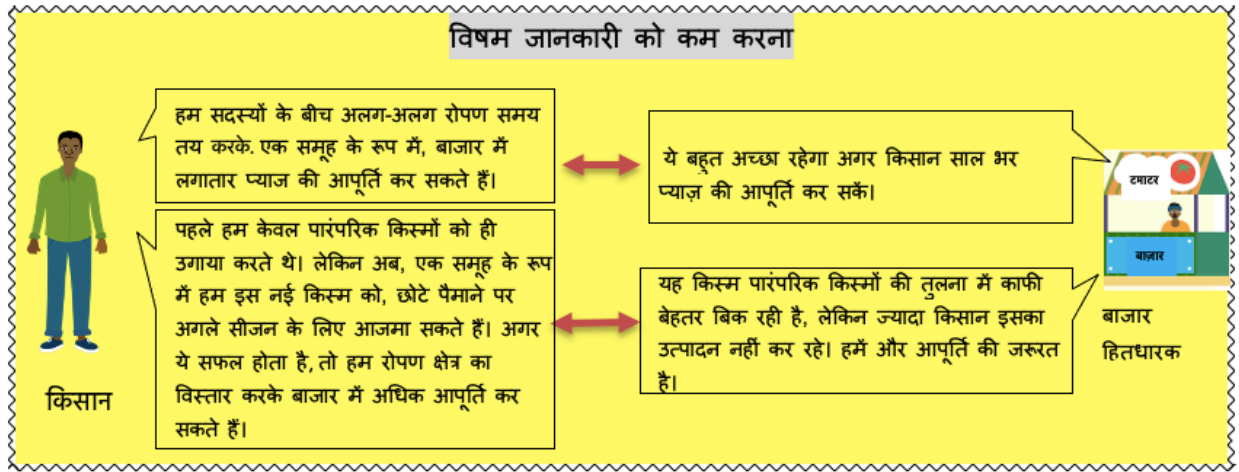
यदि हम टमाटर की किस्म को बदलना चाहते हैं, तो हमें सामूहिक खरीद शुरू करनी चाहिए क्योंकि इससे बीज और उर्वरक की लागत कम हो सकती है।

यह सच है। हमें एक समूह के रूप में पैसा बचाना शुरू करना चाहिए ताकि हम कृषि आदानों(इनपट्स) की खरीद एक



कटाई के समय भी हम एक समूह के रूप में ढुलाई की व्यवस्था कर सकते हैं।

तस्वीर: फोटो: मलावी



प्रारूप - फसल कैलेंडर

यह एक फसल कैलेंडर का प्रारूप है। सबसे पहले, समूह तय करते हैं कि वे क्या बदलना या सुधारना चाहते हैं और कैलेंडर के शीर्ष में दिए संबंधित वर्गों पर टिक करते हैं। इसके बाद वे लक्षित(टारगेट) फसलों के उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) के लिए विशिष्ट मासिक कार्रवाई लिखते हैं। वे ऐसी अन्य समूह गतिविधियों की भी पहचान करते हैं जो प्रासंगिक हों और फसलों के उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) में योगदान दे सकती हों। यदि समूह तीन से अधिक लक्षित(टारगेट) फसलों पर काम कर रहा है, तो अधिक लक्षित(टारगेट) फसलों को समायोजित करने के लिए नई पंक्तियां बनाएं।

हम सुधार कर रहे हैं और/या बदल रहे हैं **फसल/किस्म, गुणवत्ता, मात्रा, फसल का समय, खरीदार, अन्य (उल्लेख करें):**

		महीना												
उत्पादन	पहली फसल _ ()													
	दूसरी फसल _ ()													
	तीसरी फसल _ ()													
विपणन और व्यवसाय प्रबंधन/ (मार्केटिंग और बिजनेस मैनेजमेंट)														
सामूहिक गतिविधियां/अन्य														

जांच सूची - इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- लक्षित(टारगेट) किसान फसल कैलेंडर बनाने के तरीकों को समझते हैं।
- समूह का हर एक सदस्य यह समझता है कि समूह द्वारा बनाए फसल कैलेंडर के अनुसार वह कौन सी विशेष भूमिका निभाएगा।
- लक्षित(टारगेट) किसान समूह, भविष्य में नियमित रूप से स्वयं फसल कैलेंडर बनाने के लिए तैयार हैं।
- प्रतिभागियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- निर्णय लेने में पुरुष और महिला सदस्यों की भागीदारी की गुणवत्ता सुनिश्चित की जाती है।
- (वैकल्पिक) सदस्यों के जीवनसाथी निर्णय लेने में शामिल हैं।

नवीनीकरण- विभिन्न देशों / क्षेत्रों में अनुकूलन

फसल कैलेंडर बनाने में नवीन बदलावों के कुछ उदाहरण नीचे दिए गए हैं।

पीक डिमांड टेबल(अधिकतम मांग सारिणी) का विकास (तंजानिया)

<क्यों?> यह समझने के लिए कि फसलों का उत्पादन कब किया जाना चाहिए जिससे बाजार में अधिक मूल्य प्राप्त हो, किसानों ने प्रमुख फसलों के मूल्यों में आने वाले वार्षिक उतार-चढ़ाव का सर्वेक्षण किया।

<कैसे?> विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की मदद से किसान समूहों ने एक सरल कैलेंडर विकसित किया, जिसमें दिखाया गया कि किस महीने, एक फसल को अन्य की तुलना में अधिक कीमत दी जाएगी। उन्होंने कैलेंडर में अधिकतम मांग/ऊंचे दाम (पीक डिमांड/ हाई-प्राइस) वाले मौसमों को रेखांकित किया।

<परिणाम?> गांव के कार्यालय में इस कैलेंडर की प्रदर्शनी के ज़रिए, कई किसान साल भर में विपणन(मार्केटिंग) के लिए संभावित फसलों की पहचान करने में सक्षम हुए, जिसमें उत्पादन की जाने वाली फसलों के प्रकार और कटाई का समय शामिल है।

जनवरी	फरवरी	मार्च	अप्रैल	मई	जून	जुलाई	अगस्त	सितंबर	अक्टूबर	नवंबर	दिसम्बर
	करोटी	करोटी									
	ब्रोकोरि	ब्रोकोरि				ब्रोकोरि	ब्रोकोरि	ब्रोकोरि	ब्रोकोरि	ब्रोकोरि	ब्रोकोरि
	फूलगोभी	फूलगोभी				फूलगोभी	फूलगोभी	फूलगोभी	फूलगोभी	फूलगोभी	फूलगोभी
	लेटस	लेटस	लेटस			लेटस	लेटस	लेटस	लेटस	लेटस	लेटस
	जुकीनी	जुकीनी		जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी	जुकीनी
वीआजी	वीआजी	वीआजी	वीआजी	वीआजी							वीआजी
	टमाटर	टमाटर	टमाटर	टमाटर	टमाटर						
मटर(स्नो-पीज़)	मटर(स्नो-पीज़)	मटर(स्नो-पीज़)	मटर(स्नो-पीज़)	मटर(स्नो-पीज़)	मटर(स्नो-पीज़)						मटर(स्नो-पीज़)
चुकंदर	चुकंदर	चुकंदर	चुकंदर	चुकंदर							
			हरी शिमला मिर्च	हरी शिमला मिर्च	हरी शिमला मिर्च						
		फ्रेंच बीन्स	फ्रेंच बीन्स				फ्रेंच बीन्स	फ्रेंच बीन्स			
रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च	रंगीन शिमला मिर्च
तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना	तुलसी और पुदीना

लुशोतो जिला, तंजानिया में विकसित पीक डिमांड टेबल (अधिकतम मांग सारिणी)

व्यक्तिगत और सामूहिक, दोनों प्रकार के खेतों के लिए फसल कैलेंडर का विकास

(एल सल्व्वाडोर और नेपाल)

<क्यों?> एल साल्वाडोर और नेपाल में किसान समूहों के पास सब्जी की खेती के लिए सामूहिक और व्यक्तिगत दोनों प्रकार कि खेत थे। किसान दोनों प्रकार के खेतों के लिए योजना बनाना चाहते थे।

<कैसे?> किसानों ने दो प्रकार के फसल कैलेंडर बनाए: एक सामूहिक कृषि भूमि के लिए, दूसरा व्यक्तिगत भूमि के लिए।



फोटो: नेपाल

<परिणाम?> किसान दो प्रकार के फसल कैलेंडर का उपयोग करके प्रभावी ढंग से कृषि गतिविधियों की योजना बनाने और उन्हें लागू करने में सक्षम थे।

समस्या निवारण – अक्सर सामने आने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **क्या बुवाई एक ही समय में करना ज़रूरी है ?** - क्या फसल कैलेंडर बनाने का मतलब यह है कि समूह के सभी सदस्यों को एक ही समय में एक फसल बोने की जरूरत है?

उत्तर: ये जरूरी नहीं है। उदाहरण के लिए, बुवाई के समय को बांटने के लिए, समूह के सदस्य आपसी सहमति बना सकते हैं, ताकि वे एक विस्तारित अवधि के लिए निरंतर मात्रा में उत्पादन कर सकें। इस तरह की योजना, फसल कैलेंडर बनाने की प्रक्रिया के दौरान समूह के सदस्यों द्वारा बनाई जानी चाहिए, ताकि वे लक्षित(टारगेट) बाजार की मांग को सबसे बेहतर तरीके से पूरा कर सकें।

प्रश्न: **बुवाई का समय बीत चुका है** – जब किसानों ने फसल कैलेंडर बनाया, तो कुछ लक्षित(टारगेट) फसलों के लिए बुवाई का समय पहले ही बीत चुका था। मैं किसानों को क्या करने के लिए कहूँ?

उत्तर: आदर्श रूप से बुवाई का मौसम शुरू होने से पहले ही फसल कैलेंडर को अच्छी तरह से बना लेना चाहिए। हालांकि, ऐसा हो सकता है कि विभिन्न प्रशासनिक या तकनीकी कारणों से ऐसा करना संभव न हो। अगर इस मौसम में संभव नहीं तो किसानों को अगले आने वाले मौसम में फसलों का उत्पादन करने के लिए प्रोत्साहित करें। यह सुनिश्चित करें कि किसानों द्वारा चुनी गई फसलों के उत्पादन का तकनीकी प्रशिक्षण आपने उन्हें सही समय पर दे दिया है।

फसल कैलेंडर

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

हम सुधार कर रहे हैं और/या बदल रहे हैं फसल/किस्म, गुणवत्ता, मात्रा, फसल समय, खरीदार, अन्य
(निर्दिष्ट करें: _____)

महीना													
उत्पादन	पहली फसल ()												
	दूसरी फसल ()												
	तीसरी फसल ()												
विपणन और व्यवसाय प्रबंधन (मार्केटिंग और बिजनेस मैनेजमेंट)													
सामूहिक गतिविधियाँ / अन्य													

<उदाहरण>

फसल कैलेंडर

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

हम सुधार कर रहे हैं और/या बदल रहे हैं फसल/किस्म, गुणवत्ता, मात्रा, फसल समय, खरीदार, अन्य
(निर्दिष्ट करें: पैकेजिंग, बेहतर मोलभाव.....)।

महीना		जुलाई	अगस्त	सितम्बर	अक्टूबर	नवम्बर	दिसम्बर	जनवरी	फरवरी	मार्च	अप्रैल	मई	जून
उत्पादन	पहली फसल (टमाटर)		भूमि की तैयारी नर्सरी	प्रत्यारोपण	पहली टॉप-ड्रेसिंग कीट और रोग नियंत्रण खरपतवार	दूसरी टॉप-ड्रेसिंग	कटाई/सफाई/ग्रेडिंग/पैकेजिंग						
	दूसरी फसल (गोभी)												
	तीसरी फसल (शकरकंद)												
विपणन और व्यवसाय प्रबंधन (मार्केटिंग और बिजनेस मैनेजमेंट)		X बाजार और Y बाजार में मार्केट सर्वे	इस सीजन के लिए रिकॉर्ड कीपिंग शुरू करें		संभावित खरीदारों को नियमित रूप से संपर्क करना		दुलाई की व्यवस्था, समूह बिक्री	लाभ विश्लेषण					
सामूहिक गतिविधियाँ / अन्य		मक्के के खेत को सब्जी के खेत में बदलें	बीज और उर्वरक की सामूहिक खरीद	सिंचाई नहरों की सफाई			समूह सदस्यता शुल्क जमा करना						

4. चरण 4 - किसान कौशल हासिल करते हैं

चौथा चरण SHEP दृष्टिकोण का अंतिम चरण है, जहां किसानों को बाजार द्वारा मांग की जाने वाली फसल के उत्पादन के लिए आवश्यक ज्ञान और कौशल प्रदान किया जाता है। इस समय तक किसानों में नई चीजें सीखने की इच्छा सबसे ज्यादा होनी चाहिए क्योंकि जो फसलें उन्होंने चुनी हैं, वे उनकी बाजार सम्भावनाओं के बारे में पहले से ही आश्वस्त हैं। तकनीकी प्रशिक्षण की सामग्री ऐसी होनी चाहिए, जो विशेष रूप से किसानों की जरूरतों को पूरा कर सके ताकि वे अपने कृषि कार्यों में तुरंत नई तकनीकों को अपना सकें और लागू कर सकें। दूसरे शब्दों में, प्रशिक्षण को आपूर्ति-संचालित (सप्लाई ड्रिवन) के उलट मांग-संचालित (डिमांड ड्रिवन) बनाना सफलता की कुंजी है।

4.1. जमीनी (इन-फील्ड) प्रशिक्षण

चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फोरम -मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	- जमीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	

हम यहां हैं

क्यों? - उद्देश्य

जमीनी प्रशिक्षण को, किसानों द्वारा चुनी गई लक्षित(टारगेट) फसलों के व्यावहारिक उत्पादन के लिए जरूरी कौशल और ज्ञान का प्रसार करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह एक मांग-संचालित (डिमांड ड्रिवन) प्रशिक्षण है।

क्या? - खाका

विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) प्रशिक्षण सत्र आयोजित करते हैं, जहां किसान लक्षित(टारगेट) फसलों के उत्पादन के लिए आवश्यक कौशल, तकनीक और ज्ञान सीखते हैं। प्रशिक्षण व्यावहारिक होना चाहिए और किसानों के खेतों में या आसपास पर्याप्त प्रदर्शनों और अभ्यासों के साथ आयोजित किया जाना चाहिए।

कैसे? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियां(टिप्स)

- प्रशिक्षण को किसानों की जरूरतों को ध्यान में रखना चाहिए। जहां किसानों को अधिक प्रशिक्षण की आवश्यकता हो, वहां अधिक समय दें और यदि किसान पहले से ही विषयों से परिचित हों तो कम समय लगाएं।
- प्रशिक्षण आसानी से समझ में आने वाली सामग्री का उपयोग करके आयोजित किया जाना चाहिए, जैसे फ्लिप चार्ट, पोस्टर, पर्चे आदि।
- यदि प्रशिक्षण, वास्तव में, मांग-संचालित (डिमांड ड्रिवन) दृष्टिकोण को ध्यान में रखकर कराया जाता है, तो आपूर्ति-संचालित (सप्लाई ड्रिवन) प्रशिक्षणों की तुलना में, किसानों की नई तकनीकें अपनाने की दर काफी अधिक होनी चाहिए (चित्र 8)।

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना



हमें लगता है कि तकनीकी प्रशिक्षण में भाग लेकर हम ज्ञान और कौशल के बीच अंतर को भरने

सक्षमता के लिए समर्थन



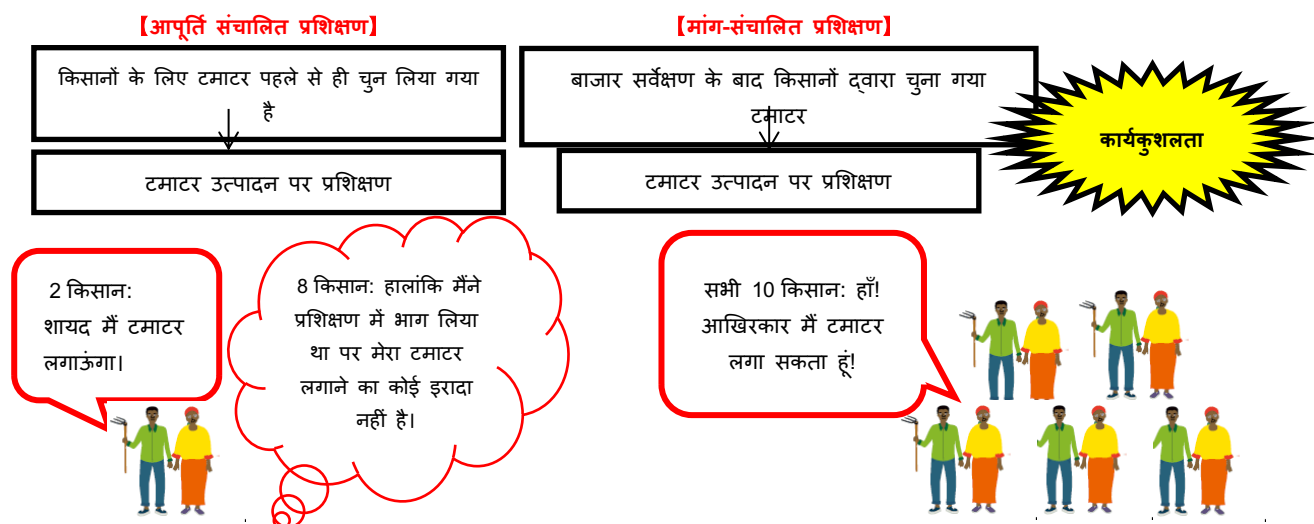
मैं अनपढ़ हूँ लेकिन मुझे प्रशिक्षण सामग्री को समझने में कोई कठिनाई नहीं है क्योंकि इसमें बहुत सारे चित्र हैं।

सक्षमता के लिए समर्थन



हमने ही गोभी में प्रशिक्षण का अनुरोध किया है। हम प्रशिक्षण में सीखे गए नए कौशल का उपयोग करने के लिए दृढ़ हैं।

स्वायत्तता के लिए समर्थन



चित्र 8 आपूर्ति-संचालित और मांग-संचालित प्रशिक्षणों के बीच तुलना

चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 6-7 घंटे³)

1. (तैयारी) विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) किसानों को पढ़ाने के लिए आवश्यक ज्ञान और कौशल से लैस होने चाहिए। यदि उन्हें अधिक प्रशिक्षण की आवश्यकता है तो कार्यान्वयनकर्ताओं को किसानों के लिए प्रशिक्षण आयोजित करने से पहले विस्तार कर्मचारियों के लिए प्रशिक्षकों के प्रशिक्षण (ट्रेनिंग ऑफ़ ट्रेनर्स, TOT) का आयोजन करना चाहिए।
2. विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) प्रभावी शिक्षण सामग्री का उपयोग करके प्रत्येक विषय के लिए व्याख्यान, अभ्यास और प्रदर्शनों से बना प्रशिक्षण सत्र आयोजित करते हैं। सुझाव! सदस्यों के जीवनसाथी यदि बागवानी उत्पादन में सक्रिय हैं तो उन्हें प्रशिक्षण के लिए आमंत्रित करें।
3. प्रशिक्षण के विषय, लक्ष्य(टारगेट) फसल उत्पादन की जरूरतों और किसानों की क्षमता विकास की जरूरतों से मेल खाने चाहिए। सामान्यतया, प्रशिक्षण विषयों को तीन क्षेत्रों में बांटा जा सकता है: (1) सामान्य बागवानी फसलों का उत्पादन और कटाई के बाद की तकनीक, (2) फसल-विशेष उत्पादन तकनीक, और (3) प्रबंधकीय कौशल जैसे बहीखाता रखना, फसल बजट बनाना, और खेत का रिकॉर्ड रखना।

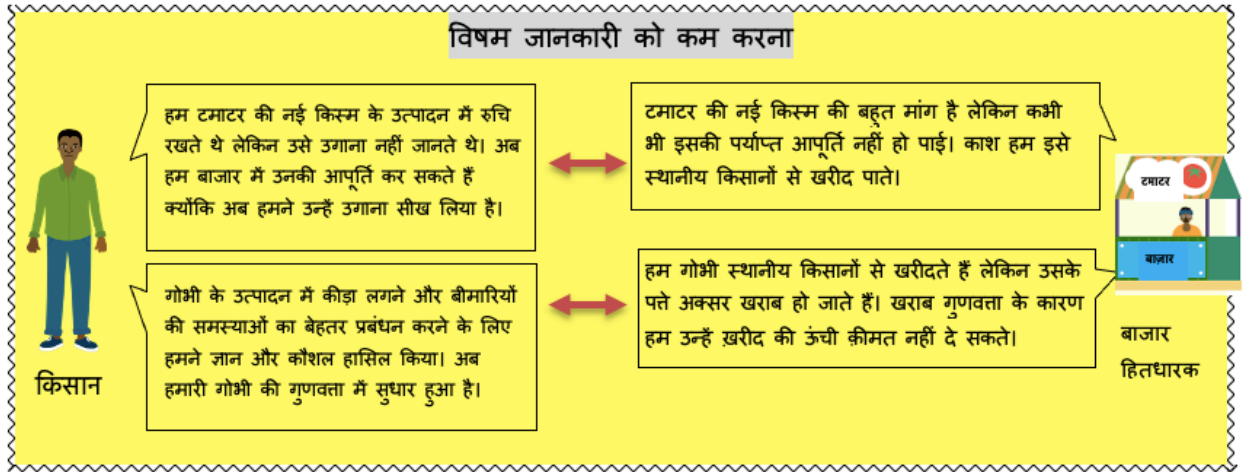
मैं नई तकनीकों को सीखने और लागू करने के लिए बहुत प्रेरित हूँ क्योंकि मुझे पता है कि बाजार उपलब्ध है।

हालांकि मैं अनपढ़ हूँ, फिर भी मैं आसानी से प्रशिक्षण को समझ सकता हूँ क्योंकि यह व्यावहारिक है और इसमें बहुत सारे प्रदर्शन शामिल हैं।



मैं अपनी पत्नी को प्रशिक्षण में भाग लेने के लिए अपने साथ ले कर आया क्योंकि हम दोनों सब्जी उत्पादन में साझा भूमिका अदा करते

³ ऐसा नहीं है कि एक दिन में 6-7 घंटे की ट्रेनिंग कराई जाती है। छोटे प्रशिक्षण सत्र, जैसे एक-एक घंटे के सत्र, कई दिनों तक आयोजित किए जाते हैं और पूरे प्रशिक्षण की अवधि 6-7 घंटे होती है।



उदाहरण - प्रशिक्षण इकाई (मॉड्यूल) का उदाहरण

यह एक ऐसे किसान समूह के लिए इन-फील्ड प्रशिक्षण के मॉड्यूल का उदाहरण है, जिसने दो लक्षित(टारगेट) फसलों को चुना है।

सत्र 1	पहली लक्ष्य(टारगेट) फसल का उत्पादन: पहली फसल पर विशिष्ट तकनीकें
सत्र 2	दूसरी लक्ष्य(टारगेट) फसल का उत्पादन: दूसरी फसल पर विशिष्ट तकनीकें
सत्र 3	खेती से पहले की तैयारी: मिट्टी का परीक्षण, खाद और गुणवत्तापूर्ण बुवाई सामग्री
सत्र 4	भूमि की तैयारी: भूमि तैयार करने के तरीके (सौरीकरण), फसल अवशेष और बेसल ऐप्लिकेशन (ठोस उर्वरकों का बराबर फैलाना) को शामिल करना
सत्र 5	फसल को तैयार करना: पौध उगाना, रोपण/रोपाई के दौरान पौध के बीच की दूरी, उर्वरक इस्तेमाल की दर
सत्र 6	फसल प्रबंधन : खरपतवार प्रबंधन, जमीन पर खाद बिछाना, एकीकृत कीट प्रबंधन के तरीके, कीटनाशकों का सुरक्षित और प्रभावी उपयोग
सत्र 7	फसल कटाई और कटाई के बाद की फसल की देखभाल: कटाई सूचकांक, कंटेनर/पैकेजिंग सामग्री और मूल्य संवर्धन तकनीकें
सत्र 8	प्रबंधकीय कौशल: बहीखाता रखना, फसल बजट बनाना, और खेत का रिकॉर्ड रखना।

जांच सूची- इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- लक्षित(टारगेट) किसान प्रशिक्षण के दौरान सिखाए गए तकनीकी ज्ञान और कौशल को समझते हैं और ग्रहण करते हैं।
- लक्षित(टारगेट) किसानों को प्रशिक्षण में सिखाई गई तकनीकों को लागू करने में किसी भी प्रकार की तकनीकी, वित्तीय या सामाजिक कठिनाइयों का सामना नहीं करना पड़ता है। (यदि कोई समस्या है तो उसकी पहचान करें, उनसे परामर्श करें और उचित मार्गदर्शन दें। इसके अलावा, SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं को प्रतिक्रिया(फीडबैक) दें ताकि वे भविष्य में अपनी प्रशिक्षण सामग्री और मॉड्यूल में सुधार कर सकें।)
- प्रतिभागियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- सदस्यों के जीवनसाथियों (पति, पत्नी आदि) को भागीदारी के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।
- लिंग(जेंडर) संबंधी रुढ़ियों और लिंग-असंवेदनशील प्रशिक्षण विधियों और सामग्रियों से बचा जाता है।
- प्रशिक्षण विधियों को डिजाइन करने में निरक्षर और साक्षर किसानों पर पर्याप्त ध्यान दिया जाता है।
- विशेष रूप से महिलाओं के लाभ के लिए, श्रम-बचत तकनीक या औजार/उपकरण पेश किए जाते हैं।

नवीनीकरण- विभिन्न देशों / क्षेत्रों में अनुकूलन

फील्ड प्रशिक्षण में नवीन बदलावों के कुछ उदाहरण नीचे दिए गए हैं।

‘किसान से किसान’ पद्धति के माध्यम से प्रशिक्षण

(रवांडा, इथियोपिया)

<क्यों?> किसानों में उत्पादन तकनीकों के प्रसार के लिए रवांडा सरकार, ‘किसान खेत विद्यालय’ दृष्टिकोण को बढ़ावा देती है। सभी लक्षित(टारगेटेड) किसानों तक पहुंचने के लिए विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की अपर्याप्त संख्या भी एक मुद्दा था।

<कैसे?> प्रत्येक समूह के कई किसान प्रतिनिधियों ने एकत्र होकर नए कौशल सीखे। फिर उन्होंने अपने समुदाय में वापस जाकर खेतों में प्रदर्शन के माध्यम से अन्य किसानों को जानकारी दी।

<परिणाम?> विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की अपर्याप्त संख्या के बावजूद लक्षित(टारगेटेड) किसान अपने किसान प्रतिनिधियों से उत्पादन तकनीक सीखने में सफल हुए।

फोटो: लेसोथो



प्रदर्शन भूखंडों/प्रशिक्षण कृषिक्षेत्रों की स्थापना

(नेपाल, रवांडा, इथियोपिया, दक्षिण अफ्रीका, जिम्बाब्वे)



Photo: Kenya

<क्यों?> सरकार का अनुभव बताता है कि किसान द्वारा नई तकनीकों को अपनाने की संभावना तब ज्यादा होती है, जब किसान स्वयं प्रदर्शन या प्रशिक्षण क्षेत्रों में इन तकनीकों को देखते और अनुभव करते हैं।

<कैसे?> कार्यान्वयनकर्ताओं ने लक्षित(टारगेटेड) किसान समूह के समुदाय में एक भूखंड की स्थापना की और वहां नई तकनीकों को दिखाया। जमीन की तैयारी से लेकर कटाई तक, जमीन की देखभाल का जिम्मा किसानों पर था। कुछ देशों में सरकार ने निजी क्षेत्र के संगठनों को प्रदर्शन भूखंड स्थापित करने के लिए आमंत्रित किया।

<परिणाम?> प्रदर्शन भूखंड/प्रशिक्षण कृषिक्षेत्रों के सकारात्मक परिणाम देखने के बाद किसानों ने प्रशिक्षण के दौरान सीखी गई नई तकनीकों को अपनाना शुरू कर दिया।

निजी क्षेत्र की विस्तार सेवाओं (एक्सटेंशन सर्विसेज़) के साथ सहयोग

(लेसोथो, दक्षिण अफ्रीका, जिम्बाब्वे)

<क्यों?> निजी क्षेत्र की विस्तार सेवाएं (एक्सटेंशन सर्विसेज़) जैसे कि गैर-सरकारी संगठनों, वस्तु संघों, बीज कंपनियों, निर्यातकों, आदि द्वारा शुरू की जाने वाली सेवाएं कुछ देशों में आम हैं। वे बागवानी उत्पादन पर किसानों को विस्तार सेवाएं प्रदान करने के इच्छुक हैं।

<कैसे?> SHEP ज़मीनी प्रशिक्षण के हिस्से के रूप में कार्यान्वयनकर्ताओं ने निजी क्षेत्र के संगठनों को किसानों के लिए प्रशिक्षण सत्र आयोजित करने के



फोटो: जिम्बाब्वे

लिए आमंत्रित किया।

<परिणाम?> प्रशिक्षण आयोजित करने के लिए सरकार स्थानीय रूप से उपलब्ध संसाधनों को जुटाने में सक्षम थी और कुछ प्रशिक्षण सत्र तेजी से हो पाए।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: **किसानों को समझने में कठिनाई हो रही है** - कुछ किसानों को नई उत्पादन तकनीकों को समझने में मुश्किल आती है। मैं उन्हें इन तकनीकों को बेहतर ढंग से समझने में कैसे मदद कर सकता हूँ?

उत्तर: प्रशिक्षण को जितना सम्भव हो, व्यावहारिक बनाने की कोशिश करें। उदाहरण के लिए, ऐसी भाषा का उपयोग करें जो उनके लिए समझने में आसान हो, उपयोगकर्ता के अनुकूल प्रशिक्षण सामग्री चुनें, व्याख्यान देने में बहुत अधिक समय खर्च करने के बजाय बहुत सारे प्रदर्शन आयोजित करके तकनीकों को सिखाएं। ऐसी शिक्षण विधियों की समीक्षा करें और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि किसानों से पूछें कि वे कैसा प्रशिक्षण चाहते हैं।

प्रश्न: **प्रशिक्षण में भाग लेने के लिए किसान बहुत व्यस्त हैं** - हालांकि किसानों ने प्रशिक्षण में भाग लेने की इच्छा दिखाई, लेकिन अब वे कृषि कार्य में बहुत व्यस्त होने के कारण प्रशिक्षण सत्रों में भाग नहीं ले पा रहे। भागीदारी दर इतनी अधिक नहीं है।

उत्तर: यह सलाह दी जाती है कि किसानों द्वारा लक्षित(टारगेट) सब्जियां उगाने से ठीक पहले उत्पादन तकनीकों का प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए, ताकि वे उत्सुकता से प्रशिक्षण में भाग लें और अपने खेत में सीखी गई तकनीकों को तुरंत लागू कर सकें। जब ऐसी व्यवस्था संभव न हो तो प्रशिक्षण तब आयोजित करें जब किसानों की उपलब्धता अधिक हो।

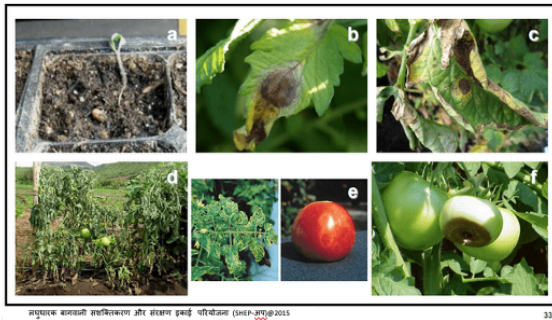
कॉलम 5 : उत्पादन तकनीकों के लिए विभिन्न प्रशिक्षण सामग्रियां

SHEP लागू करने वाले कई देशों ने बागवानी फसल उत्पादन के लिए शिक्षण सामग्री विकसित की है। इन शिक्षण सामग्रियों को इस तरह से डिजाइन किया गया है कि वो संबंधित देशों में लक्षित(टारगेटेड) किसानों की आवश्यकताओं के अनुसार सबसे बेहतर हों। यहां कुछ उदाहरण दिए जा रहे हैं।

1. केन्या में कामिशीबाई (A4 लैमिनेटेड पिक्चर कार्ड्स)

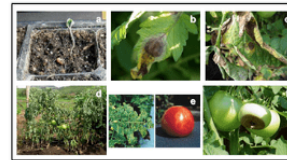
कामिशीबाई एक जापानी शब्द है, जिसका अर्थ है कहानी पट्टिका/पैनल (चित्रों के साथ), जो फ्लिप चार्ट की तरह दिखते हैं। केन्या ने कामिशीबाई प्रकार की रंगीन सामग्री विकसित की है, और इसे लैमिनेट किया गया है ताकि ये हर मौसम में इस्तेमाल की जा सके। सामने का पन्ना किसानों के देखने के लिए है और इसमें कई तस्वीरें हैं। पीछे के पन्ने में चित्रों का विवरण है, ताकि विस्तार कर्मचारी उन्हें किसानों को पढ़ कर सुना सकें।

3.10.4 प्रमुख बीमारियाँ और पौधों के विकार



आगे का पन्ना

3.10.4 प्रमुख बीमारियाँ और पौधों के विकार



3.10.4 प्रमुख बीमारियाँ और पौधों के विकार

- रोग के संक्रमण से उपज की गुणवत्ता और मात्रा में कमी आती है।
- केन्या में टमाटर के प्रमुख रोग एवं विकार निम्नलिखित हैं:

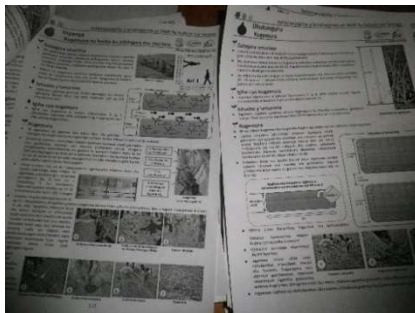
- फिनजा
- लेट ब्लाइट
- अली ब्लाइट
- बैक्टीरियल विल्ट
- टमाटर का मोजेक
- ब्लोसम-एंड रोट

पीछे का पन्ना

चित्र 9 केन्या में विकसित हुई कामिशीबाई

2. नेपाल, फिलिस्तीन, रवांडा और इथियोपिया में पुस्तिकाएं और पर्चे

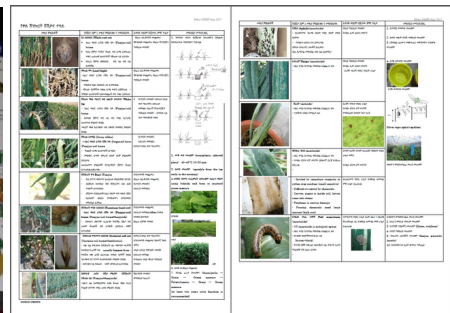
नेपाल, फिलिस्तीन, रवांडा और इथियोपिया जैसे देशों ने फसल उत्पादन पर पुस्तिकाएं/पर्चे विकसित किए। इन देशों में SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं ने लक्षित(टारगेटेड) किसानों में इन पुस्तिकाओं का प्रसार किया ताकि वे इन्हें घर ले जा सकें और प्रशिक्षण के बाद उनकी समीक्षा कर सकें। आमतौर पर ऐसे अनपढ़ किसान, जिन्हें सामग्री मिली है, जरूरत पड़ने पर अपने परिवार के साक्षर सदस्यों से उन्हें पढ़कर सुनाने को कहते हैं।



रवांडा में पर्चे



नेपाल में पर्चे

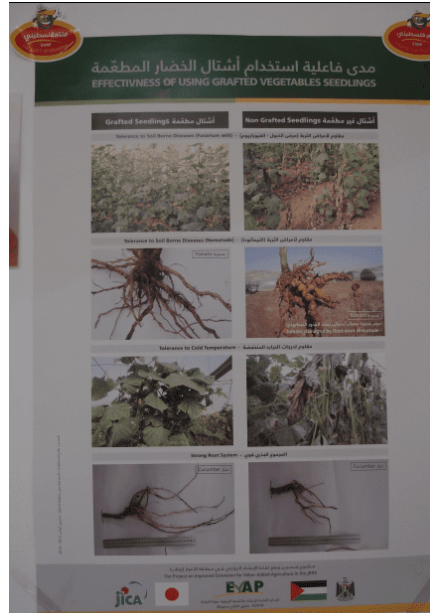


इथियोपिया में पर्चे

चित्र 10 रवांडा, नेपाल और इथियोपिया में तैयार किए गए पर्चे

3. फिलिस्तीन में पोस्टर

फिलिस्तीन में SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं ने पोस्टर और पर्चे विकसित किए। पोस्टर का उपयोग प्रशिक्षण के दौरान किया जाता है और इन्हें सरकारी कार्यालयों में भी प्रदर्शित किया जाता है, जहां किसान उन्हें आसानी से देख सकते हैं।



चित्र 11 फिलिस्तीन में पोस्टर

4. दक्षिण अफ्रीका में मौजूदा ई-सामग्री और ऑनलाइन डेटाबेस

दक्षिण अफ्रीका के पास अच्छी तरह से स्थापित ई-सामग्री और एक ऑनलाइन डेटाबेस है, जिसे "एक्सटेंशन सूट ऑनलाइन" कहा जाता है। स्थानीय कार्यान्वयनकर्ताओं और विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) सहित, सिस्टम के उपयोगकर्ता इस ऑनलाइन-आधारित प्लेटफॉर्म से विभिन्न शिक्षण सामग्रियां डाउनलोड कर सकते हैं। इसलिए विशेष रूप से SHEP के लिए, शुरुआत से प्रशिक्षण सामग्री विकसित करने के बजाय, दक्षिण अफ्रीका में कार्यान्वयनकर्ता इन मौजूदा सामग्रियों का उपयोग करते हैं।

5. अनुवर्ती(फ़ॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण सहित)

चार चरण	गतिविधियां
1. किसानों के साथ लक्ष्य साझा करें।	-संवेदीकरण कार्यशाला
2. किसानों की जागरूकता बढ़ाई जाती है।	-सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) -(वैकल्पिक) स्टेकहोल्डर फ़ोरम -मार्केट सर्वे
3. किसान निर्णय लेते हैं।	-लक्षित (टारगेट) फसल का चयन -फसल कैलेंडर बनाना
4. किसान कौशल हासिल करते हैं।	-ज़मीनी प्रशिक्षण
अनुवर्ती (फ़ॉलो अप) और निगरानी (सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) सहित)	

हम यहाँ हैं.

क्यों ? - उद्देश्य

अनुवर्ती (फ़ॉलो-अप) और निगरानी दौरों का उद्देश्य ये सुनिश्चित करना है कि किसान सीखी हुई तकनीकों और ज्ञान का वास्तविक उपयोग कर रहे हैं। इन दौरों में न केवल किसानों द्वारा अपनाए जा रहे उत्पादन के तरीकों को देखा जाता है बल्कि विपणन (मार्केटिंग) और अन्य सामूहिक कार्यों में उनकी प्रगति का भी आकलन किया जाता है।

क्या ? - खाका

समय-समय पर अनुवर्ती (फ़ॉलो-अप) और निगरानी दौरों का आयोजन किया जाना चाहिए, ये देखने के लिए कि किसान SHEP प्रशिक्षण के दौरान मिली सीख को लागू कर रहे हैं। कार्यान्वयनकर्ता, किसान समूहों के फसल कैलेंडर में लिखी गई गतिविधियों की प्रगति की भी निगरानी करते हैं। एक निश्चित समय के बाद, सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) के लगभग समान सर्वे प्रारूप (फॉर्मेट) का उपयोग करके सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) किया जाता है। सर्वेक्षण द्वारा प्राप्त आंकड़ों का विश्लेषण किया जाता है, ताकि उसकी तुलना आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के परिणामों के साथ की जा सके।

कैसे ? - प्रमुख कार्यान्वयन युक्तियां (टिप्स)

- अनुवर्ती (फ़ॉलो-अप) और निगरानी दौरे इस तरह से आयोजित किए जाने चाहिए कि **किसान समूह 'टेक ऑफ़' कर ऐसे आत्मनिर्भर किसान बन सकें, जो अपने बल पर बाजार-उन्मुख कृषि कर पाएं** (चित्र)।
- सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) से किसानों को इस बात की पुष्टि करने का अवसर मिलना चाहिए कि SHEP में भाग लेने के अनुभव से उनमें कितना सुधार हुआ है।

उत्साहवर्धन/प्रेरणा बढ़ाना



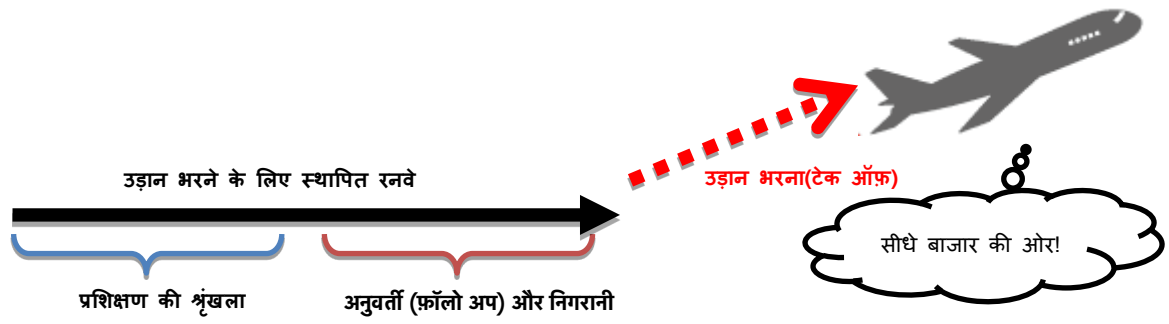
अनुवर्ती (फ़ॉलो-अप) दौरों के दौरान हमें SHEP के लक्ष्य की याद दिलाई जाती है। हम लक्ष्य हासिल करने और सफल किसान बनने के लिए कड़ी मेहनत करेंगे।

स्वायत्तता के लिए समर्थन



एंडलाइन (अंतिम) सर्वेक्षण के दौरान हमने जाना कि हमने तकनीकी और विपणन (मार्केटिंग) कौशल में कितना सुधार किया है। हम सुधार देखकर खुश हैं।

सक्षमता के लिए समर्थन



चित्र 12 अनुवर्ती (फ़ॉलो-अप) और निगरानी द्वारा "टेक-ऑफ़" सुनिश्चित करना

चरण - कार्यान्वयन प्रक्रियाएं (आवश्यक समय: 3-4 घंटे)

1. विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) और कार्यान्वयन दल समय-समय पर किसान समूहों से मुलाकात करते हैं, ताकि उन्हें सलाह दे सकें और देख सकें कि गतिविधि को लागू करने में कितनी प्रगति हो रही है।
2. "आधारभूत सर्वेक्षण भाग 2- कृषि तकनीकें" के परिणाम देखें और परखें कि तकनीक अपनाने के मामले में किसानों ने कितना सुधार किया है। यदि अभी भी कमजोरियां दिखाई देती हैं तो उन किसानों को सहायता प्रदान करें, जिन्हें अभी भी नई तकनीकों को अपनाने में कठिनाई हो रही है।
3. लक्षित(टारगेटेड) किसानों द्वारा बनाए गए फसल कैलेंडर देखें और गतिविधि को लागू करने में कितनी प्रगति हुई है, इसकी निगरानी करें। जहां आवश्यक हो परामर्श प्रदान करें।
4. लिंग(जेंडर) से जुड़ी गुणवत्तापूर्ण जानकारी इकट्ठी करें, जैसे सफलता की कहानियां, यह देखने के लिए कि कैसे लैंगिक समानता और महिला सशक्तिकरण ने समूहों को अपने लक्ष्य हासिल करने में योगदान दिया है।
5. कार्यान्वयन टीम द्वारा निर्धारित एक निश्चित अवधि के बाद, (1) अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) भाग 1- उत्पादन, आय और लागत और (2) अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) भाग 2- कृषि तकनीकें, का उपयोग करके सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) करें, जिनका प्रारूप आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के समान ही है, सिर्फ उन कॉलम को छोड़कर जहां किसानों को SHEP के बाद किए गए परिवर्तनों के बारे में जानकारी लिखने के लिए कहा जाता है।
6. डेटा दर्ज करना, उसे हटाना, संसाधित (प्रोसेस) करना, और उसका विश्लेषण करना, ये सब काम कार्यान्वयनकर्ताओं द्वारा किया जाएगा। विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) किसानों को फ्रीडबैक देते हैं, विशेष रूप से आधारभूत सर्वेक्षण (बेसलाइन सर्वे) के बाद किसानों के बीच हुई प्रगति और सुधार के क्षेत्रों में।

क्या आप खाद बनाने का अभ्यास कर रहे हैं? क्या आपको याद है कि आपने इसे प्रशिक्षण के दौरान सीखा था?

चलो देखते हैं... बिलकुल आप कर सकते हैं! मैं आपको दिखाऊंगा कि यह कैसे करना है।



फोटो: जिम्बाब्वे

मैं खाद बनाना चाहता था, लेकिन इसके लिए आवश्यक सामग्री नहीं मिली। क्या आपको लगता है कि मैं उनके बजाय इन जैविक पदार्थों का उपयोग कर सकता हूँ?

प्रारूप - अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) प्रश्नावली फॉर्म

सहभागी अंतिम सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी एंडलाइन सर्वे) का प्रारूप, सहभागी आधारभूत सर्वेक्षण (पार्टिसिपेटरी बेसलाइन सर्वे) के समान ही है, केवल उन कॉलमों के अलावा, जहां किसानों को SHEP के बाद उनके द्वारा किए गए परिवर्तनों के बारे में जानकारी

दर्ज करने के लिए कहा जाता है।

जांच सूची - इस गतिविधि के बाद पुष्टि किए जाने वाले बिंदु

- ❑ लक्षित(टारगेटेड) किसान अपनी ताकत और कमजोरियों को समझते हैं और उन्हें उत्पादन और विपणन(मार्केटिंग) को और बेहतर बनाने के लिए विशिष्ट मार्गदर्शन और सलाह दी जाती है।
- ❑ लक्षित(टारगेटेड) किसान समझते हैं कि वे कब और कैसे SHEP से "स्नातक" हो सकते हैं।
- ❑ लक्षित(टारगेटेड) समूह भविष्य में लगातार, मार्केट सर्वे, लक्ष्य फसल चयन, फसल कैलेंडर बनाने और सीखी हुई उत्पादन तकनीकों को लागू करने जैसी गतिविधियों को करने के लिए सहमत हैं और करने के इच्छुक हैं।
- ❑ प्रतिभागियों में पुरुष-महिला अनुपात संतुलित है।
- ❑ पुरुष और महिला सदस्यों की भागीदारी की गुणवत्ता की समीक्षा की जाती है।
- ❑ अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) का लिंग-पृथक (जेंडर सेगरेगटेड) डेटा एकत्र किया जाता है और उसका विश्लेषण किया जाता है।
- ❑ पति और पत्नी के बीच लिंग(जेंडर) सम्बंधित भूमिकाओं में परिवर्तन की समीक्षा की जाती है।
- ❑ पति-पत्नी के बीच निर्णय लेने में हुए बदलाव की समीक्षा की जाती है।

समस्या निवारण - अक्सर होने वाली समस्याओं के समाधान

प्रश्न: फसल की विफलता निराशा की ओर ले जा रही है? - अगर फसल खराब होने से किसान निराश हो जाते हैं तो मुझे क्या करना चाहिए?

उत्तर: SHEP दृष्टिकोण किसानों की अन्य मनोवैज्ञानिक आवश्यकताओं के साथ-साथ स्वायत्तता की उनकी मनोवैज्ञानिक ज़रूरतों को सहारा देता है, और उन्हें निरंतर कृषि व्यवसायों को आगे बढ़ाने के लिए सक्रिय होने में मदद करता है। SHEP अनुभव के माध्यम से, किसानों को महसूस होता है कि वो बागवानी उत्पादन और विपणन (मार्केटिंग) में योजना बनाने, निर्णय लेने, जोखिम लेने और ठोस कार्रवाई करने की पूरी प्रक्रिया के स्वयं मालिक हैं। इसलिए, वे आसानी से निराश नहीं होते क्योंकि उनकी प्रेरणा पहले से ही इतनी मजबूत है कि वो फसल की विफलता जैसी आम प्रतिकूलताओं, जिनके लिए कृषि स्वाभाविक रूप से संवेदनशील है, से हतोत्साहित नहीं होते।

प्रश्न: उत्पादन तकनीकों को पर्याप्त रूप से नहीं अपनाया गया- फॉलो-अप के दौरान मैंने देखा कि कुछ लक्षित(टारगेटेड) किसान समूहों ने मेरे द्वारा दिए गए प्रशिक्षण के दौरान सिखाई गई उत्पादन तकनीकों को अभी तक नहीं अपनाया है।

उत्तर: किसानों के लिए नई तकनीकों को अपनाने की प्रक्रिया और आवश्यक समय, उनके व्यक्तित्व और आसपास के वातावरण के अनुसार अलग-अलग होते हैं। कुछ किसानों को तकनीकों को सही ढंग से समझने और अपनाने में दूसरों की तुलना में अधिक समय लग सकता है। अपने पड़ोसियों की सफलता को देखना, किसानों को नए कौशल और प्रौद्योगिकियों को उपयोग करने के लिए मनाने के प्रभावी साधनों में से एक है। हम सफलता की ऐसी कहानियों पर ध्यान केंद्रित करते हैं और किसानों को इससे सीखने का अवसर देते हैं। अनुवर्ती (फॉलो-अप) का उद्देश्य ऐसे किसानों को आगे बढ़ने में मदद करना है। उन्हें प्रोत्साहित करते रहें, उनसे पूछें, और आवश्यकतानुसार अतिरिक्त निर्देश या कोचिंग दें।

प्रश्न: समूह बिखर गया है। हम इसके बारे में क्या कर सकते हैं?

उत्तर: जांच करने की कोशिश करें कि किस बिंदु पर क्या गलत हुआ। यह पता लगाना भी एक अच्छा विचार है कि समूह अधिक मुनाफ़ा कमाने के लिए अपनी रुचि को कैसे साझा कर सकता है। किसानों के लिए यह समझना महत्वपूर्ण है कि कृषि व्यवसाय में मुनाफ़ा कमाने की क्षमता बढ़ाने के लिए छोटे पैमाने के किसानों को उपज की निश्चित मात्रा पैदा करना बहुत ज़रूरी है। यदि इन सभी चर्चाओं के बाद समूह को पुनर्गठित करना नितांत आवश्यक लगता है तो समूह की सदस्यता पर पुनर्विचार करें।

अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) भाग 1- उत्पादन, आय और लागत

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/स्त्री: _____ टेलिफोन नम्बर: _____

कृपया पिछले फसल मौसम में बागवानी फसलों की जानकारी इंगित करें (मक्का और गन्ना जैसी अन्य फसलों को शामिल न करें)।

1. फसल का नाम और किसम	2. फसल के अंतर्गत आने वाला क्षेत्र मीटर x मीटर (मीटर ²) या हेक्टेयर में 100मी ² = 0.01 हेक्टेयर 1,000मी ² = 0.1 हेक्टेयर 10,000मी ² = 1 हेक्टेयर		3. विभिन्न इकाइयों में बाजार में बेचा गया उत्पादन (जैसे बैग, टोकरे, बंडल, बुशल, आदि)	4. बाजार में बेचा गया उत्पादन किलो में (किलो में परिवर्तित)	5. बाजार में बेचा गया उत्पादन (किलो प्रति हेक्टेयर में)	6. औसत मूल्य प्रति विभिन्न इकाई (स्थानीय मुद्रा प्रति यूनिट)	7. स्थानीय मुद्रा में औसत मूल्य प्रति किग्रा (किलो में परिवर्तित)	8. स्थानीय मुद्रा में कुल आय	9. स्थानीय मुद्रा में उत्पादन की कुल लागत (इनपुट, ढुलाई, श्रम, आदि सहित)	10. स्थानीय मुद्रा में कुल आय (लाभ)
1	2 क.	2 ख.	3	4	(4 ./2 ख.)	6	6./इकाई रूपांतरण बॉक्स में	(3. x 6.) या (4. x7.)	9	8. - 9.
पहली फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
दूसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
तीसरी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
चौथी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				

कृपया नीचे दिए गए बॉक्स में इकाई रूपांतरण दर्ज करें। (उदाहरण) आयरिश आलू का 1 बैग = 110 किलो, 1 पत्तागोभी = 2 किलो

कृपया लिखें कि आपने SHEP के बाद क्या परिवर्तन किए हैं। (उदाहरण: एक नया खरीदार मिला जो बड़ी मात्रा में खरीदारी करता है, लागत कम करने के लिए प्रमाणित बीज की सामूहिक खरीदारी की शुरुआत)

<उदाहरण>

एंडलाइन सर्वे भाग 1- उत्पादन, आय और लागत

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/स्त्री: _____ टेलिफोन नम्बर: _____

कृपया पिछले फसल मौसम में बागवानी फसलों की जानकारी इंगित करें (मक्का और गन्ना जैसी अन्य फसलों को शामिल न करें)।

1. फसल का नाम और किस्म	2. फसल के अंतर्गत आने वाला क्षेत्र मीटर x मीटर (मीटर ²) या हेक्टेयर में 100मी ² = 0.01 हेक्टेयर 1,000m ² = 0.1 हेक्टेयर 10,000मी ² = 1 हेक्टेयर	3. बाजार में बेचा गया उत्पादन विभिन्न इकाइयों में (जैसे बैग, टोकरे, बंडल, बुशल, आदि)	4. बाजार में बेचा गया उत्पादन किलो में (किलो में परिवर्तित)	5. बाजार में बेचा गया उत्पादन (किलो प्रति हेक्टेयर में)	6. औसत मूल्य प्रति विभिन्न इकाई (स्थानीय मुद्रा प्रति यूनिट)	7. स्थानीय मुद्रा में औसत मूल्य प्रति किग्रा (किलो में परिवर्तित)	8. स्थानीय मुद्रा में कुल आय	9. स्थानीय मुद्रा में उत्पादन की कुल लागत (इनपुट, ढुलाई, श्रम, आदि सहित)	10. स्थानीय मुद्रा में कुल आय (लाभ)	
1	2 क.	2 ख.	3	4	(4 /2 ख.)	6	6./इकाई रूपांतरण बॉक्स में	(3. x 6.) या (4. x7.)	9	8. - 9.
पहली फसल: टमाटर कैल जे	मीटर x मीटर (मीटर ²) 20X100 = 2,000 मी ²	0.2 हेक्टेयर	100 (इकाई: टोकरा (क्रेट))	2,000 किलोग्राम	10,000 किलोग्राम	\$25 (इकाई: टोकरा (क्रेट))	\$ 1.25	\$ 2,500	\$ 600	\$ 1,900
दूसरी फसल:	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
तीसरी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				
चौथी फसल	मीटर x मीटर (मीटर ²)	हेक्टेयर	(इकाई:)	किलोग्राम	किलोग्राम	(इकाई:)				

कृपया नीचे दिए गए बॉक्स में इकाई रूपांतरण दर्ज करें। (उदाहरण) आयरिश आलू का 1 बैग = 110 किलो, 1 पत्तागोभी = 2 किलो

टमाटर का 1 टोकरा = 20 किलोग्राम

कृपया लिखें कि आपने SHEP के बाद क्या परिवर्तन किए हैं। (उदाहरण: एक नया खरीदार मिला जो बड़ी मात्रा में खरीदता है। लागत कम करने के लिए प्रमाणित बीज की सामूहिक खरीद शुरू की)

मैंने टमाटर की 'कैल जे' नामक किस्म का उत्पादन शुरू किया, जिसे बाजार पसंद करता है। टमाटर की वह विशेष किस्म अधिक कीमत पर बिक सकती है। मैंने ढुलाई लागत को कम करने के लिए अपने समूह के सदस्यों के साथ ढुलाई की व्यवस्था करना शुरू कर दिया।

अंतिम सर्वेक्षण (एंडलाइन सर्वे) भाग 2- कृषि तकनीकें

दिनांक: //

जिले का नाम: _____ उप-जिले का नाम: _____

किसान समूह का नाम: _____

किसान का नाम: _____ पुरुष/महिला: _____ टेलिफोन नम्बर: _____

* कृपया नीचे दिए गए प्रश्नों के लिए "हां" या "नहीं" पर निशान लगाएं। अगर कोई अतिरिक्त जानकारी है तो मार्जिन में लिखें।

खेती के पहले व बाद के चरण	सामान	बागवानी तकनीकें जिन्हें अपनाने की वकालत की जाती है	हाँ	नहीं
1 खेती से पहले की तैयारी	प्रश्न 1	क्या आप हर मौसम में उगाई जाने वाली फसलों का निर्धारण करने के लिए मार्केट सर्वे करते हैं?		
	प्रश्न 2	क्या आप मार्केट सर्वे के परिणामों के आधार पर फसल कैलेंडर तैयार करते हैं और उसका उपयोग करते हैं?		
	प्रश्न 3	क्या आप दो साल में कम से कम एक बार, सब्जियों/वार्षिक फूलों या फलदार वृक्ष/बारहमासी फूलों के लिए, बुवाई से पहले मिट्टी का परीक्षण करते हैं?		
	प्रश्न 4	क्या आप खाद तैयार करने में प्रमुख पोषक तत्वों: नाइट्रोजन (एन), फॉस्फोरस (पी), और पोटेशियम (के) की आपूर्ति के लिए विभिन्न जैविक पदार्थों का उपयोग करके अनुशंसित खाद बनाने के तरीकों का उपयोग करते हैं?		
	प्रश्न 5	क्या आप निम्न में से एक या अधिक विशेषताओं के साथ अनुशंसित गुणवत्ता वाली बुवाई सामग्री का उपयोग करते हैं: रोग प्रतिरोध और सहनशीलता, उच्च उपज, जल्दी परिपक्वता, बेहतर स्वाद, आकार और लंबे समय तक संग्रहण (शेल्फ लाइफ)?		
2 भूमि की तैयारी	प्रश्न 6	क्या आप कीटों और रोगों के प्रबंधन के लिए निम्नलिखित अनुशंसित भूमि तैयारी उद्यमों (लैंड प्रेपारेशन प्रैक्टिसेज़) में से एक या एक से अधिक का उपयोग करते हैं: सौरकरण, समय पर जुताई, जुताई की उचित गहराई, और मिट्टी फैलने से होने पैदा वाले कीट और रोगों के संभावित प्रसार को रोकने के लिए मिट्टी की गति को कम करना		
	प्रश्न 7	क्या आप पोषक तत्वों के पुनर्चक्रण (रीसाइक्लिंग) को बढ़ाने के लिए जुताई के दौरान खेत में बोन से कम से कम दो महीने पहले फसल अवशेषों को शामिल करते हैं?		
	प्रश्न 8	बुवाई से कम से कम 1-2 सप्ताह पहले कम्पोस्ट/खाद या जैविक उर्वरक को बुनियादी प्रयोग के रूप में शामिल करते हैं?		
3 फसल स्थापना (बुवाई/प्रत्यारोपण)	प्रश्न 9	सब्जियां/ बारहमासी फूलों के लिए पौध उगाने के अनुशंसित तरीकों का उपयोग करते हैं या फलों के पेड़ों/बारहमासी फूलों के लिए मान्यता प्राप्त नर्सरी में उगाए गए पौधों का इस्तेमाल करते हैं?		
	प्रश्न 10	क्या आप अनुशंसित रोपण/प्रत्यारोपण दूरी का उपयोग करते हैं ?		
	प्रश्न 11	क्या आप उर्वरक आवेदन दरों का उपयोग करके रोपण/प्रत्यारोपण करते हैं ?		
4 फसल प्रबंधन	प्रश्न 12	क्या आप फसल की पानी की आवश्यकता पूरी करने के लिए निम्न सिंचाई विधियों में से एक या एक से अधिक का इस्तेमाल करते हैं: न्यूनतम फसल पानी की आवश्यकता को पूरा करने के लिए सींचने का		

			कनस्तर, ओवरहेड, टपकन (ड्रिप) और कुंड (फ़रो)?		
		प्रश्न 13	क्या आप खरपतवारों के प्रबंधन के लिए समय पर निराई और उचित निराई उपकरणों का उपयोग सुनिश्चित करते हैं ?		
		प्रश्न 14	क्या आप उपयुक्त टॉप ड्रेसिंग तरीकों का पालन करते हैं: समयबद्धता, आवेदन का प्रकार और अनुशंसित दर, और आवेदन की विधि?		
		प्रश्न 15	क्या आप निम्नलिखित में से कम से कम दो एकीकृत कीट प्रबंधन (इंटिग्रेटेड पेस्ट मैनेजमेंट, IPM) तरीकों का उपयोग करते हैं : सांस्कृतिक, जैविक, भौतिक और रासायनिक?		
		प्रश्न 16	क्या आप कीटनाशकों के सुरक्षित और प्रभावी उपयोग के निम्नलिखित तरीकों का पालन करते हैं : उचित खुराक, अनुशंसित कीटनाशक, और कटाई पूर्व अंतराल (प्री हार्वेस्ट इंटरवल, पीएचआई)?		
5	फसल काटना	प्रश्न 17	क्या आप निम्नलिखित कटाई सूचकांकों में से कम से कम एक का उपयोग करते हैं : रंग, आकार, आकार और दृढ़ता?		
6	फसल के बाद की हैंडलिंग	प्रश्न 18	क्या आप कटाई/भंडारण/दुलाई पात्र (कंटेनर) /मानक पैकेजिंग सामग्री का उपयोग निम्न विशेषताओं के साथ करते हैं: अच्छी तरह हवादार, साफ करने में आसान, और चिकनी, जिससे नुकसान कम होता है?		
		प्रश्न 19	क्या आप निम्नलिखित में से किन्हीं अनुशंसित मूल्यवर्धन तकनीकों को लागू करते हैं: उत्पाद की सफाई, छंटाई, ग्रेडिंग, पैकेजिंग या प्रसंस्करण?		
7	लागत और आय विश्लेषण	प्रश्न 20	क्या आप उत्पादन और बिक्री की लागत का लेखा-जोखा रखते हैं और लागत और आय का विश्लेषण करते हैं?		
8	सामूहिक कार्य	प्रश्न 21	क्या आप कृषि आदानों जैसे बीज, उर्वरक और रसायन की खरीद एक समूह (सामूहिक खरीद) के रूप में करते हैं?		
		प्रश्न 22	क्या आप सामूहिक रूप से उत्पाद की दुलाई की व्यवस्था करते हैं या अपनी उपज को सामूहिक रूप से बेचते हैं (समूह बिक्री)?		
		प्रश्न 23	एक समूह के रूप में, क्या आप लक्षित(टारगेट) फसलों का चयन करते हैं और समूह के सदस्यों के साथ मिलकर उत्पादन/विपणन रणनीतियों की योजना बनाते हैं?		

आपने SHEP के बाद क्या परिवर्तन किए हैं कृपया यहां लिखें। (जैसे खाद बनाना शुरू किया। खेत का रिकॉर्ड रखना शुरू किया।)

6. लिंग(जेंडर) जागरूकता प्रशिक्षण का उदाहरण

केन्या में लिंग जागरूकता प्रशिक्षण, SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम का हिस्सा रहा है और सभी लक्षित(टारगेटेड) किसान समूहों⁴ को इसकी पेशकश की गई है। केन्या की लैंगिक जागरूकता ट्रेनिंग को यहां एक उदाहरण⁵ की तरह पेश किया गया है। केन्या का SHEP लैंगिक जागरूकता प्रशिक्षण भागीदारीपूर्ण है और इसमें चार मुख्य अभ्यास शामिल हैं: (1) भूमिकाएं और जिम्मेदारियां, (2) संसाधनों तक पहुंच और नियंत्रण, (3) दैनिक गतिविधि का कैलेंडर, और (4) कृषि परिवार का बजट बनाना। इन चार अभ्यासों के माध्यम से अपने लिंग(जेंडर) सम्बन्धी मुद्दों को समझने के बाद किसानों को (5) लिंग कार्य योजना (जेंडर एक्शन प्लान) तैयार करके उसे लागू करना है।

सुझाव: अगर स्थानीय सामाजिक मानदंडों/आदर्शों के कारण लिंग(जेंडर) के मुद्दों पर बात करना मुश्किल है तो प्रशिक्षण में स्थानीय मान्यता प्राप्त नेताओं, जैसे समुदाय के धार्मिक नेताओं को शामिल किए जाने पर विचार करें। उन्हें पहले से इस विषय में अच्छी तरह जानकारी दी जानी चाहिए ताकि वे प्रशिक्षण के मर्म को समझ सकें।

सुझाव: किसान समूह में चर्चा के दौरान यह जरूरी है कि सूत्रधार(फैसिलिटेटर) एक अनुकूल वातावरण बना कर रखे, ताकि किसान कुछ मुद्दों के लिए एक दूसरे को जिम्मेदार ठहराने की बजाय आराम से बातचीत कर सकें।

(1) भूमिका और जिम्मेदारियों पर अभ्यास

पुरुष और महिला किसान, अलग-अलग समूहों में काम करते हुए ये पहचानते हैं कि कौन सा उत्पादक कार्य (इस मामले में, बागवानी फसल उत्पादन) और जनन कार्य (घरेलू कार्य) कौन से लिंग(जेंडर) द्वारा किया जाएगा। इसे हर पंक्ति में चार टिक लगाकर दर्शाया जाता है। नीचे दिखाए गए प्रारूपों (फ़ॉर्मेट) का उपयोग कर समूह में काम खत्म करने के बाद पुरुष और महिला समूह अपनी चर्चा के परिणाम प्रस्तुत करते हैं और तुलना करते हैं कि कैसे पुरुष और महिलाएं अपने दैनिक उत्पादक और जनन कार्य में लिंग भूमिकाओं को अलग तरह से देखते हैं। इसके बाद इस बात पर चर्चा की जाती है कि खेती और घर को अधिक कुशलता से चलाने के लिए लैंगिक(जेंडर) भूमिकाओं में क्या बदलाव किए जा सकते हैं। अगर निरक्षर प्रतिभागीयों की संख्या अधिक है, तो गतिविधियों वाले बॉक्स में अक्षरों के बजाय चित्रों का उपयोग किया जा सकता है।

उत्पादक(प्रोडक्टिव) भूमिकाएँ <उदाहरण>

क्रमांक	गतिविधियां	पुरुष	महिला
1	बीज की ज़मीन (सीडबेड) तैयार करना	✓	✓✓✓
2	ज़मीन तैयार करना	✓✓✓	✓
3	प्रत्यारोपण	✓✓	✓✓
4	उर्वरक का प्रयोग	✓	✓✓✓
5	कीटनाशक का प्रयोग	✓✓✓✓	
6	निराई(खरपतवार हटाना)		✓✓✓✓
7	फसल की कटाई	✓	✓✓✓
8	सफाई, ग्रेडिंग, पैकेजिंग	✓	✓✓✓
9	विपणन(मार्केटिंग)	✓✓✓	✓
10	आय पर नियंत्रण	✓✓✓✓	

जनन (रिप्रोडक्टिव) भूमिकाएँ <उदाहरण>

क्रमांक	गतिविधियां	पुरुष	महिला
1	खाना बनाना		✓✓✓✓
2	धुलाई		✓✓✓✓
3	जलाने के लिए लकड़ी लाना	✓	✓✓✓
4	पानी लाना		✓✓✓✓

4चूंकि केन्या में लक्षित(टारगेटेड) कृषि परिवारों में लगभग हमेशा ही पति और पत्नी, दोनों ही बागवानी फसल उत्पादन में अत्यधिक व्यस्त रहते हैं, इसलिए विपणन(मार्केटिंग) और उत्पादन संबंधी प्रशिक्षणों के साथ लिंग(जेंडर)-केंद्रित प्रशिक्षण कराना, किसानों के उत्साहवर्धन और कृषि व्यवसाय की दक्षता में सुधार के लिए फायदेमंद माना जाता है।

5केन्या में तैयार हुए पूर्ण प्रशिक्षण पाठ्यक्रम और सामग्री के लिए कृपया अपने निकटतम JICA कार्यालय से संपर्क करें।

5	बच्चों की देखभाल	✓	✓✓✓
6	बीमारों की देखभाल	✓	✓✓✓
7	पिसाई		✓✓✓✓
8	घर की मरम्मत	✓✓✓	✓
9	सुरक्षा	✓✓✓✓	

(2) संसाधनों तक पहुंच और नियंत्रण पर अभ्यास

पुरुष और महिला समूह नीचे दिए गए दो प्रारूपों (फ़ॉर्मेट) को पूरा करने का काम जारी रखते हैं। वे पहचान करते हैं कि विभिन्न उत्पादक कार्यों के लिए ज़रूरी संसाधनों पर किस लिंग की पहुंच है। वे यह भी पहचान करते हैं कि इन संसाधनों पर किस लिंग का नियंत्रण है। पुरुष और महिलाओं की चर्चा के परिणामों की तुलना की जाएगी और वे इस बात पर चर्चा करेंगे कि कैसे ज़रूरी संसाधनों तक पहुंच और उनके नियंत्रण पर लिंग-विशेष (जेंडर स्पेसिफ़िक) प्रतिबंध, कृषि जीवन पर नकारात्मक प्रभाव डाल सकते हैं। अगर निरक्षर प्रतिभागियों की संख्या अधिक है तो गतिविधियों वाले बॉक्स में अक्षरों के बजाय चित्रों का उपयोग किया जा सकता है।

संसाधनों तक पहुंच ⁷<उदाहरण>

क्रमांक	संसाधन	पुरुष	महिला
1	ज़मीन	✓✓	✓✓
2	कृषि उपकरण	✓✓✓	✓
3	बेहतर दुधारु गाय	✓✓✓	✓
4	स्थानीय बकरी	✓	✓✓✓
5	स्थानीय मुर्गी	✓	✓✓✓
6	कृषि पर प्रशिक्षण	✓✓✓	✓
7	टमाटर (मुख्य फसल के रूप में)	✓✓	✓✓
8	मिर्च (मुख्य फसल के रूप में)	✓✓	✓✓

संसाधनों का नियंत्रण ⁸<उदाहरण>

क्रमांक	संसाधन	पुरुष	महिला
1	ज़मीन	✓✓✓✓	
2	कृषि उपकरण	✓✓✓✓	
3	बेहतर दुधारु गाय	✓✓✓	✓
4	स्थानीय बकरी	✓✓✓	✓
5	स्थानीय मुर्गी	✓✓	✓✓
6	कृषि पर प्रशिक्षण	✓✓✓✓	
7	टमाटर (मुख्य फसल के रूप में)	✓✓✓✓	
8	मिर्च (मुख्य फसल के रूप में)	✓✓✓✓	

(3) दैनिक गतिविधि कैलेंडर पर अभ्यास

पुरुष और महिलाएं दोनों, किसी सामान्य काम करने के दिन का दैनिक गतिविधि कैलेंडर बनाएं। इन कामों में खेत का काम, घरेलू काम, जैसे खाना बनाना, सफाई करना, आराम करना, सोना आदि शामिल हैं। विस्तृत चर्चा के दौरान, पुरुष और महिलाएं, दोनों अपने दैनिक गतिविधि कैलेंडर की तुलना करते हैं और एक दम्पति के रूप में समय का बेहतर उपयोग कैसे हो, इस बारे में सोचते हैं।

⁶संसाधन: ऐसी कोई भी चीज़ जिस पर किसानों का मालिकाना हक हो और वो फ़ायदे के लिए इसका इस्तेमाल करते हों, जैसे कि भूमि, उपकरण, फसल, जानवर आदि।

⁷पहुंच: संसाधन का उपयोग करने का अवसर।

⁸नियंत्रण: किसी संसाधन का उपयोग कैसे किया जाना है, किसके पास उसकी पहुंच है, कब उसे बेचा जा सकता है यह तय करने की शक्ति।

पुरुषों का दैनिक गतिविधि कैलेंडर <उदाहरण>



महिलाओं का दैनिक गतिविधि कैलेंडर <उदाहरण>



(4) कृषि परिवार में बजट बनाने का अभ्यास

किसी आम वर्ष में हुए सालाना खर्च के नमूने को आधार मानकर "कृषि परिवार बजट शीट" पर हर महीने की खर्च की गई राशि को भरने के लिए पुरुष और महिला समूह अलग-अलग काम करते हैं। यदि पढ़ने-लिखने की चुनौतियों के कारण किसानों को संख्याएं लिखने में परेशानी होती है, तो कार्यान्वयनकर्ता उन्हें एक निश्चित राशि को दर्शाने करने के लिए कैंडी, छोटे पत्थरों आदि का उपयोग करने के लिए कह सकते हैं। अभ्यास पूरा होने पर पुरुष और महिला समूह एक-दूसरे को अपनी शीट्स दिखाते हैं और घरेलू बजट, वित्तीय संसाधनों के अप्रभावी उपयोग, आदि मुद्दों पर पति-पत्नी के बीच संवाद की कमी के कारण पैदा होने वाली दिक्कतों पर चर्चा करते हैं। इस प्रक्रिया के द्वारा, समूह को यह पता लगाने के लिए मार्गदर्शन दिया जाता है कि पारिवारिक बजट के बेहतर प्रबंधन के लिए वे क्या कर सकते हैं।

कृषि परिवार बजट शीट

वस्तु जिस पर खर्च किया गया	जनवरी	फरवरी	मार्च	अप्रैल	मई	जून	जुलाई	अगस्त	सितम्बर	अक्टूबर	नवम्बर	दिसम्बर	कुल
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
कुल													



फोटो: केन्या

(5) लिंग कार्य योजना (जेंडर एक्शन प्लान)

अप्रभावि लिंग(जेंडर) भूमिकाएं, निर्णय लेने की शक्ति में असंतुलन, और पति-पत्नी के बीच विश्वास और संवाद की कमी, इन सब का अहसास होने के बाद समूह इस चर्चा की ओर बढ़ता है कि वे इन मुद्दों को हल कैसे कर सकते हैं। इस बड़ी हुई जागरूकता के आधार पर ठोस कार्रवाई करने में उनकी सहायता करने के लिए लिंग कार्य योजना (जेंडर एक्शन प्लान), जैसा कि नीचे दिखाया

गया है, तैयार किया जाएगा। इस प्लान में ऐसे कार्रवाई मद (एक्शन आइटम्स) निर्धारित हैं, जो पिछले चार अभ्यासों के माध्यम से पहचानी गई कुछ समस्याओं को हल करने में सहायक होंगे। किसान समूहों से अपेक्षा की जाती है कि वे SHEP आरोपण के दौरान इस कार्य योजना को लागू करें।

लिंग कार्य योजना <उदाहरण>

उद्देश्य	सबसे थकाऊ काम	गतिविधियां	साधन	अनुसूची(शेड्यूल)	कार्यान्वयनकर्ता	निगरानी सूचकांक	निगरानी	टिप्पणियां
महिलाओं का काम का बोझ कम हुआ।	जलाऊ लकड़ी लाना	बेहतर खाना पकाने वाले चूल्हे की खरीद	रकम (ksh.800) रसोई बनाने के लिए श्रम	दिसंबर 2018	प्रत्येक समूह सदस्य	समूह के 70% से अधिक सदस्यों ने लागू किया	समूह सूत्रधार कार्यकारी समिति	जब अगले मौसम में बागवानी उत्पादों की बिक्री होती है

सुझाव: छोटी-छोटी (ऐनेक्डोटल) कहानियों का उपयोग करके चर्चा सत्र आयोजित करना

अब तक तक समझाए गए प्रशिक्षण मॉड्यूल, (1) से (5), केन्या में आयोजित जेंडर जागरूकता प्रशिक्षण के हैं। हालांकि, कुछ देशों को ऐसे प्रशिक्षण सत्र आयोजित करने के लिए वित्तीय और मानव संसाधन की कमी का सामना करना पड़ सकता है। ऐसे मामले में, लक्षित(टारगेटेड) किसानों के लिए केन्या के लिंग प्रशिक्षण के तरीके को आयोजित करने के बजाय, एक चर्चा आयोजित करना फायदेमंद हो सकता है, जहां लिंग सम्बंधित कुछ मुख्य विषयों से अवगत कराया जा सके। जैसा कि नीचे दिखाया गया है, इस तरह की बैठक का एक उदाहरण, किसानों को कुछ वास्तविक जीवन की कहानियों से परिचित कराना है, ताकि किसान आसानी से यह समझ सकें कि कृषि प्रबंधन के निर्णय लेने में पति और पत्नी दोनों का सक्रिय रूप से शामिल होना कितना जरूरी है। अगर कार्यान्वयनकर्ता इन कहानियों को पेश करने के बाद एक चर्चा सत्र आयोजित कर सकें, तो ये किसानों के लिए जागरूकता बढ़ाने का एक अच्छा अवसर हो सकता है।

कॉलम 6 : एक किसान परिवार में एक पति की कहानी

एक दिन मैं कटाई के लिए तैयार अपने टमाटरों के लिए बाजार देखने के लिए सुबह घर से निकला। जब मैं बाजार की तलाश में व्यस्त था, एक खरीदार मेरे घर आया और मेरी पत्नी से मिला। उसने पूछा कि क्या वह उसे टमाटर बेच सकती है, लेकिन चूंकि मेरी पत्नी के पास फ़ैसला लेने का कोई अधिकार नहीं था और वह मेरी योजनाओं को भी नहीं जानती थी, उसने मना कर दिया।



बाजार की मेरी खोज असफल रही इसलिए मैं घर वापस आ गया, जहां मेरी पत्नी ने मुझे दिन की घटनाओं के बारे में बताया। मुझे वास्तव में बुरा लगा और मेरे टमाटर खराब हो गए क्योंकि मुझे उन्हें बेचने की जगह नहीं मिली।

किसानों से पूछें:

- ✓ क्या आप इस स्थिति से परिचित हैं?
- ✓ आपको क्या लगता है कि यह समस्या क्यों हुई?
- ✓ आपको क्या लगता है कि इस तरह की स्थिति से कैसे बचा जा सकता है?

कॉलम 7 : एक किसान परिवार में एक पत्नी की कहानी

मेरे पति ने मुझसे कहा "मैंने सुना है कि फूलगोभी उगाना मुनाफ़े का सौदा है। चलो हम अपनी सारी जमीन पर फूलगोभी लगाते हैं।" मैंने उनका विरोध करते हुए कहा, "हां, लेकिन सिर्फ़ आधी जमीन पर, पूरी जमीन पर नहीं" क्योंकि मैंने पहले ही बहुत से दूसरे किसानों को फूलगोभी लगाते हुए देखा था और कई लोगों को यह कहते हुए सुना था कि वे फूलगोभी लगाना

चाहते हैं। मुझे पता था कि जब तक हम इसे काटेंगे, तब तक इसकी कीमत कम हो जाएगी। मेरे पति ने मेरी बात नहीं मानी और जो वो चाहते थे वही किया। मौसम के अंत में हमने बहुत बड़ा नुकसान झेला। हालांकि, इस कड़वे अनुभव के बाद, मेरे पति ने मुझसे पूछना शुरू कर दिया, "तुम्हें क्या लगता है कि इस मौसम के लिए कौन सी फसल अच्छी रहेगी?"



फोटो: दक्षिण अफ्रीका

किसानों से पूछें:

- ✓ क्या आप इस स्थिति से परिचित हैं?
- ✓ आपको क्या लगता है कि यह समस्या क्यों हुई?
- ✓ आपको क्या लगता है कि इस तरह की स्थिति से कैसे बचा जा सकता है?

मैं शौचालय में चोरी छुपे पैसे गिनता था।

लेकिन अब आप मेरे साथ खेती और परिवार के विभिन्न मुद्दों पर चर्चा करते हैं और एक बेहतर पति बन गए हैं।

बिल्कुल सही। मुझे आपके साथ मिलकर काम करने में मजा आता है। हम एक टीम के रूप में एक दूसरे पर भरोसा करते हैं।



भाग 3 । मार्गदर्शन

"भाग 3. मार्गदर्शन" SHEP दृष्टिकोण के परिपालन के लिए उपयोगी अतिरिक्त जानकारी प्रदान करता है।

1. अक्सर पूछे जाने वाले प्रश्न(FAQs)

यहां कुछ प्रश्न दिए गए हैं, जो दुनिया भर में SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं से अक्सर पूछे जाते हैं। SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं और योजनाकारों के केन्या और केन्या के बाहर के विविध अनुभवों के आधार पर, नीचे दिए गए कुछ उत्तर तैयार किए गए हैं। यह कहने की जरूरत नहीं कि इस प्रकार के सवालों का कोई एक जवाब नहीं है। जमीन पर किसानों के साथ काम करके पाठकों को स्वयं अपने उत्तर खोजने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

1.1. SHEP की प्रयोज्यता (ऐप्लिकेबिलिटी) और विधियों के सम्बंध में प्रश्न

प्रश्न1. क्या SHEP दृष्टिकोण केवल बागवानी के लिए है? क्या इसे अन्य कृषि गतिविधियों जैसे अनाज और पशुधन उत्पादन पर भी लागू किया जा सकता है?

उत्तर1. SHEP दृष्टिकोण कृषि के अन्य उप-क्षेत्रों पर भी लागू किया जा सकता है। JICA विभिन्न कृषि उप-क्षेत्रों के साथ-साथ अफ्रीका से बाहर के देशों में भी SHEP दृष्टिकोण को बढ़ावा दे रहा है। उदाहरण के लिए, मेडागास्कर में एक धान परियोजना SHEP दृष्टिकोण का उपयोग कर रही है। SHEP दृष्टिकोण का उपयोग करके अब नामीबिया में पशुधन को बढ़ावा देने की योजना है। पाकिस्तान में लक्षित(टार्गेटेड) किसान अब, पशुधन बाजार की जरूरतों को समझने और बाजार की पसंद के हिसाब से अपने पशुधन व्यवसाय के तरीकों में सुधार करने की कोशिश कर रहे हैं। अन्य उप-क्षेत्र जैसे अलग-अलग तरीके के अनाज, मत्स्य पालन, या कृषि -प्रसंस्करण को बढ़ावा देना, ये सब भी SHEP दृष्टिकोण के संभावित उपयोगकर्ता हो सकते हैं, जब तक कि ये पहल, विकास के संबंधित पक्षों की प्रेरणा बढ़ाकर उत्पादकों और बाजार हितधारकों के बीच सूचना के अंतर को पाटने के बारे में हो। वास्तव में, कई SHEP किसान, सरकारी कर्मचारियों के कहे बिना खुद ही SHEP में सीखे गए ज्ञान को पशुधन और खाद्य प्रसंस्करण जैसी अन्य पैसा कमाने वाली गतिविधियों में लागू करने लगते हैं।

प्रश्न 2. SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम के परिपालन के पूरा होने के बाद क्या किसान निराश नहीं होंगे? SHEP हस्तक्षेप के बाद में उनकी प्रेरणा को कैसे ऊंचा रख सकता हूँ?

उत्तर 2. SHEP प्रशिक्षण से "स्नातक" हुए किसान, आमतौर पर निराश नहीं होते।

यह सच है कि SHEP प्रशिक्षण पाठ्यक्रम के गहन हस्तक्षेप के बाद, विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ़) समूहों का दौरा कम बार करते हैं। हालांकि, चूंकि किसान समूहों और विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) के बीच संबंध पहले की तुलना में काफी मजबूत हैं, वे फोन पर बातचीत कर सकते हैं और आपस में गहरे संबंध बनाए रख सकते हैं। इसके अलावा, चूंकि किसान समूहों ने SHEP में अपनी भागीदारी के माध्यम से खरीदारों, कृषि आदान (इनपुट) आपूर्तिकर्ताओं, खाद्य प्रसंस्करण कंपनियों, वित्तीय संस्थानों, अनुसंधान संस्थानों आदि के साथ व्यावसायिक नेटवर्क स्थापित किए हैं, वो विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की सहायता के बिना उनके साथ बातचीत और व्यावसायिक लेनदेन जारी रख सकते हैं। प्रशिक्षण की शुरुआत में, SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं के लिए लक्षित(टार्गेटेड) किसानों को यह समझाना ज़रूरी है कि SHEP आत्मनिर्भर कृषि व्यवसाय हासिल करने के बारे में है।



फोटो: ताकेशी कुनो/JICA, केन्या

प्रश्न 3. SHEP किसान व्यवसाय विद्यालय (फ़ार्मर बिजनेस स्कूल (FBS)) जैसे अन्य दृष्टिकोणों से कैसे भिन्न है? क्या ये दोनों ही बाजारोन्मुख कृषि को बढ़ावा नहीं देते हैं?

उत्तर 3. यह सच है कि SHEP और FBS दोनों "एक व्यवसाय के रूप में खेती" को बढ़ावा देने की कोशिश करते हैं। FBS आमतौर पर एक समूह के प्रतिनिधियों को आमंत्रित करता है और उन्हें गहन प्रशिक्षण सत्र प्रदान करता है। किसान प्रतिनिधियों से यह अपेक्षा की जाती है कि वे FBS प्रशिक्षणों में भाग लेने के बाद समूह के अन्य सदस्यों को ज्ञान बांटें। दूसरी ओर, SHEP, समूह के सभी सदस्यों को प्रशिक्षण के अवसर प्रदान करता है और उन्हें "करके सीखने" की विधि द्वारा नए कौशल हासिल करने और उनका अभ्यास करने में मदद करता है। इस वजह से, चीजें तुरंत आगे बढ़ने लगती हैं। कुछ SHEP कार्यान्वयनकर्ताओं ने यह भी कहा है कि SHEP दृष्टिकोण किसानों और विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) को एक साथ लाता है और वे एक-दूसरे पर भरोसा करने लगते हैं, जो SHEP का एक अतिरिक्त लाभ है। एक अंतिम लेकिन महत्वपूर्ण बात यह भी है कि

SHEP न केवल बाजार-उन्मुख कृषि को बढ़ावा देता है, बल्कि 'सेल्फ़ डेटर्मिनेशन थियोरी' के आधार पर इसका अभ्यास करने के लिए किसानों की प्रेरणा भी बढ़ाता है। यह SHEP का एक बहुत ही अनोखा पक्ष है।

प्रश्न4. मूल्य श्रृंखला विकास (वैल्यू चेन डिवेलपमेंट) दृष्टिकोण से SHEP दृष्टिकोण कैसे अलग है?

उत्तर4. दोनों दृष्टिकोण, विशेष वस्तुओं की मूल्य श्रृंखला (वैल्यू चेन) पर हितधारकों के बीच मजबूत व्यापारिक सम्बंध स्थापित करके, एक कुशल बाजार अर्थव्यवस्था प्राप्त करने की कोशिश करते हैं। मूल्य श्रृंखला विकास दृष्टिकोण अक्सर उन मंचों को प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित करता है, जहां मूल्य श्रृंखला(वैल्यू चेन) के सभी हितधारकों के बीच बातचीत हो सकती है, वहीं SHEP दृष्टिकोण किसानों की क्षमता विकास पर विशेष जोर देता है ताकि किसान स्वयं मूल्य श्रृंखला(वैल्यू चेन) पर बाजार के उन हितधारकों की पहचान कर सकें जो उनके कृषि व्यवसाय के लिए सबसे अधिक प्रासंगिक हैं और अपनी पहल पर उन हितधारकों के साथ व्यावसायिक नेटवर्क स्थापित कर सकें। संक्षेप में, SHEP का ध्यान किसानों की स्वायत्त प्रेरणा और कौशल विकसित करने पर है ताकि वो खुद मूल्य श्रृंखला(वैल्यू चेन) का लाभ उठाने के काबिल बन सकें।

प्रश्न5. यदि मार्केट सर्वे और स्टेकहोल्डर फोरम दोनों का उद्देश्य किसानों और बाजार अभिनेताओं (मार्केट ऐक्टर्स) के बीच सूचना के अंतर को कम करना है तो इन दोनों में मुख्य अंतर क्या है?

ए5. दोनों का मूल रूप से एक ही उद्देश्य है, सूचना विषमता के मुद्दे को संबोधित करना।

हालांकि, SHEP लागू करने वाले देशों के कार्यान्वयनकर्ताओं और किसानों ने कुछ अंतरों को पहचाना है: (1) मार्केट सर्वे की तुलना में स्टेकहोल्डर फोरम के दौरान लोगों के पास बिना किसी रुकावट वाले वातावरण में लम्बी और ध्यान केंद्रित बातचीत करने के लिए ज्यादा समय होता है, (2) चूंकि मार्केट सर्वे स्वयं किसानों द्वारा किया जाना है, किसान इसे सरकार की मदद के बिना जितनी बार चाहें उतनी बार कर सकते हैं, जबकि स्टेकहोल्डर फोरम आमतौर पर केवल एक बार आयोजित किया जाता है, साल में एक बार या फिर तब, जब सरकार के पास संसाधन उपलब्ध हों, इसलिए दोनों आयोजनों के अलग-अलग फायदे और नुकसान हैं।



फोटो: सेनेगल

1.2. विपणन(मार्केटिंग) की चुनौतियों के विषय में प्रश्न

प्रश्न 1. क्या किसानों को बिचौलियों के साथ अच्छे व्यापारिक सम्बंध बनाने के लिए प्रोत्साहित करने के बजाय, अधिक मुनाफ़ा कमाने के लिए, बिचौलियों को "छोड़ने" और सीधे थोक विक्रेताओं या खुदरा विक्रेताओं के साथ व्यापार करने की सलाह देना बेहतर नहीं है?

उत्तर 1. यह सच है कि ऐसे कई मामले हैं जहां किसान समूहों ने बिचौलियों को छोड़ कर मुनाफ़ा बढ़ाया है। हालांकि, उन किसानों के लिए, जो दूरदराज के इलाकों में रहते हैं, परिवहन एक बड़ा मुद्दा है और उनके पास बेचने के लिए बहुत थोड़े विकल्प मौजूद हैं। ऐसे में उनके लिए बिचौलियों को बेचना ही एकमात्र विकल्प हो सकता है। ऐसे मामलों में उन्हें सलाह दी जाती है कि वे बिचौलियों को हटाने की बजाय उनके साथ अच्छे व्यापारिक सम्बंध कायम करें। ऐसे अन्य मामले भी हैं जहां किसान समूह मार्केट सर्वे के दौरान एकत्र की गई जानकारी के आधार पर दो परिदृश्यों की तुलना करते हैं: (1) फसल को खेत से सीधे बिचौलियों को बेचें या (2) दूसरी जगह ले जाकर बाजार में थोक विक्रेताओं को बेचें। इन दोनों घटनाओं की तुलना करने के बाद, वे अंत में बिचौलियों को बेचने का विकल्प चुन सकते हैं क्योंकि इसमें मुनाफ़ा ज्यादा है या जोखिम कम है। महत्वपूर्ण बात यह है कि किसान इस बात से अवगत हो जाते हैं कि बाजार के हितधारक(स्टेकहोल्डर) कौन हैं और उनके पास क्या विकल्प हैं।

प्रश्न 2. छोटे किसानों की प्रमुख चुनौतियों में से एक है, बाजार में लगातार फसलों की आपूर्ति न कर पाना। SHEP किसान इस समस्या को कैसे दूर करते हैं?

उत्तर 2. चूंकि SHEP किसान समूहों के साथ काम करता है, इसलिए वह इस व्यवस्था का अधिकतम लाभ उठाने की कोशिश करता है। निरंतर आपूर्ति के मुद्दे के संबंध में, सफल किसान समूह अपने दूसरे सदस्यों के साथ कटाई के समय की योजना बनाते हैं और आपसी ताल-मेल स्थापित करते हैं, ताकि अपनी फसलों को लगातार बाजार में पहुंचा सकें। SHEP उन्हें फसल कैलेंडर तैयार करना सिखाकर इस प्रक्रिया में उनकी मदद करता है।

प्रश्न 3. छोटे किसान अपनी उपज को सुपरमार्केट में बेचना कैसे शुरू कर सकते हैं?

उत्तर 3. ज्यादातर मामलों में, सुपरमार्केट की सख्त गुणवत्ता आवश्यकताओं के कारण, छोटे किसानों के लिए सुपरमार्केट में बेचना आसान नहीं होता है। किसान स्थानीय बाजारों से शुरुआत करते हैं और सुपरमार्केट की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए धीरे-धीरे अपने उत्पादन कौशल में सुधार करते हैं। एक समय में एक छोटा कदम उठाना ही बेहतर है।

1.3. सहायता के तरीकों के संबंध में प्रश्न

प्रश्न 1. SHEP, किसानों को कोई वित्तीय या भौतिक सहायता दिए बिना, क्या सच में उच्च भागीदारी दर हासिल कर सकता है? मुझे डर है कि जैसे-जैसे हम आगे बढ़ेंगे, किसानों की उपस्थिति कम होती जाएगी।

उत्तर 1. 'सेल्फ़ डिटरमिनेशन थियोरी' के अनुसार, ये कहना एक अच्छा तरीका नहीं है कि "प्रशिक्षण में आओ और आपको भौतिक सहायता मिलेगी", क्योंकि ऐसा करने से स्वायत्तता के लिए किसानों की मनोवैज्ञानिक ज़रूरतें नाकाम हो जाएंगी और वे सिर्फ़ वित्तीय सहायता हासिल करने के लिए प्रशिक्षण में आएंगे। कार्यान्वयनकर्ताओं के लिए यह बहुत ज़रूरी है कि SHEP गतिविधियों को शुरू करने से पहले, वे किसानों को स्पष्ट रूप से ये समझाएं कि SHEP केवल एक क्षमता विकास प्रशिक्षण है और इसमें किसी भी तरह की भौतिक सहायता नहीं दी जाती है। सुनिश्चित करें कि सिर्फ़ उन किसानों को चुना जाए, जो इस स्पष्टीकरण को सुनने के बाद SHEP में भाग लेने के इच्छुक हैं। हालांकि, ऐसा नहीं है कि SHEP किसानों के वित्तीय साधनों की कमी के मुद्दे को संबोधित करने के लिए कोई मदद नहीं देता है। किसानों को वित्तीय या भौतिक सहायता हासिल करने में SHEP ज़रूर मदद करता है। SHEP किसानों को स्टेकहोल्डर फ़ोरम और मार्केट सर्वे के माध्यम से संबंधित हितधारकों, जैसे गैर सरकारी संगठनों, वित्तीय संस्थानों और सरकारी विभागों के साथ जोड़कर उनकी सहायता करता है। महत्वपूर्ण बात यह है कि किसानों को उन हितधारकों के साथ संबंध स्थापित करने की पहल करनी चाहिए जो भौतिक सहायता प्रदान कर सकते हैं, क्योंकि SHEP स्वायत्तता के लिए किसानों की मनोवैज्ञानिक आवश्यकता का समर्थन करता है।



फोटो: ताकेशी कुनो/JICA, केन्या

प्रश्न 2. कभी-कभी ग्रामीणों के जीवित रहने के लिए भौतिक सहायता प्रदान करना ज़रूरी होता है। लेकिन SHEP किसानों को वित्तीय या भौतिक सहायता नहीं देने का प्रयास करता है। क्या SHEP मानवीय सहायता से इनकार कर रहा है?

उत्तर 2. प्राकृतिक आपदाओं और युद्ध जैसी आपात स्थितियों में मानवीय सहायता बिलकुल ज़रूरी है। SHEP को ऐसी आपात स्थिति में नहीं बल्कि सामान्य स्थिति में लागू करने के लिए डिज़ाइन किया गया है, क्योंकि SHEP का उद्देश्य, किसानों में अपने कृषि व्यवसाय को स्थायी रूप से संचालित करने की क्षमता का निर्माण करना है। SHEP उन किसानों को भी टारगेट(लक्ष्य) करता है जो जीवन निर्वाह - स्तर से ऊपर हैं। दूसरे शब्दों में, उनके पास बागवानी व्यवसायों में निवेश करने के लिए कुछ हद तक वित्तीय क्षमता है और SHEP गतिविधियों को शुरू करने के लिए सरकार द्वारा उन्हें भौतिक सहायता प्रदान करना आवश्यक नहीं है। जहां तक ऐसे किसानों की बात है, जो जीवन निर्वाह भी नहीं कर सकते, उन्हें SHEP से भिन्न, किसी दूसरे दृष्टिकोण द्वारा समर्थन देने की आवश्यकता है।

प्रश्न 3. कई किसानों के पास कृषि उत्पादन के लिए बुनियादी ढांचे की कमी है या उन्हें अपने कृषि व्यवसाय के विस्तार के लिए पैसे की आवश्यकता है और उन्हें कर्ज़ चाहिए। क्या SHEP किसानों को कर्ज़ देता है?

उत्तर 3. सीधे तौर पर नहीं, हालांकि, स्टेकहोल्डर फ़ोरम या मार्केट सर्वे के माध्यम से किसानों को बैंकों, सूक्ष्म वित्त(माइक्रो फ़ाइनेन्स) संस्थानों या गैर सरकारी संगठनों से जुड़ने का मौका मिलता है जो उन्हें कर्ज़ देते हैं। केन्या में कई SHEP किसान अपने बागवानी व्यवसाय को बढ़ाने के लिए ऐसे संस्थानों



फोटो: ताकेशी कुनो/JICA, केन्या

से कर्ज लेते हैं।

प्रश्न 4. क्या SHEP को बागवानी फसलों में उच्च मूल्य जोड़ने के लिए निर्यात और प्रसंस्करण(प्रॉसेसिंग) पर जोर नहीं देना चाहिए?

उत्तर 4. निर्यातकों और प्रसंस्करण(प्रॉसेसिंग) कंपनियों को स्टैकहोल्डर फ़ोरम में आमंत्रित किया जा सकता है या मार्केट सर्वे के दौरान उनका दौरा किया जा सकता है। केन्या के कई किसान यूरोप में सब्जियां निर्यात करने में सफल रहे। हालांकि, यह याद रखना महत्वपूर्ण है कि किसानों से बागवानी फसलों का निर्यात या मूल्यवर्धन कराना SHEP का मुख्य लक्ष्य नहीं है। जब तक किसान अपने कृषि व्यवसाय में सुधार कर रहे हैं, इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि उनकी आय निर्यात से आती है या घरेलू बिक्री से। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि किसानों को व्यवसाय करने का वह तरीका खोजने में मदद करना जो उनकी परिस्थितियों के अनुकूल हो।

1.4. लक्ष्यीकरण(टारगेटिंग) के संबंध में प्रश्न

प्रश्न 1. यदि अधिकांश किसान निरक्षर हैं तो क्या हम SHEP लागू कर सकते हैं?

उत्तर 1. जरूर, हम ऐसा कर सकते हैं। वास्तव में, SHEP लागू करने वाले कई देशों/क्षेत्रों में लाभार्थियों में निरक्षर किसानों की पर्याप्त संख्या है। हालांकि, कार्यान्वयनकर्ताओं के लिए जरूरी है कि वो निरक्षरता के मुद्दों से उत्पन्न कठिनाइयों को दूर करने के लिए विभिन्न साधनों को विकसित करें, जैसे कि दिखने में आकर्षक शिक्षण सामग्री विकसित करना, साक्षर किसानों को अपने निरक्षर समूह के सदस्यों को पढ़ने और लिखने में मदद करने के लिए कहना।

प्रश्न 2. क्या SHEP 100 से अधिक सदस्यों वाले बड़े किसान समूह को लक्ष्य बना सकता है?

उत्तर 2. 100 से अधिक का लक्ष्य(टारगेट) समूह होना संभव है। हालांकि, हमें सदस्यों के बीच कुछ चीजों को लेकर अतिरिक्त सावधानी बरतने की जरूरत है, जैसे सूचना का कुशलतापूर्वक प्रसार करना और यह सुनिश्चित करना कि निर्णय लोकतांत्रिक ढंग से लिए जाएं। इस वजह से, आप समूह की एकता की भावना को नुकसान पहुंचाए बिना, व्यावहारिक उद्देश्यों के लिए प्रशिक्षण सत्रों के दौरान समूह से कह सकते हैं कि वे और छोटे समूहों में विभाजित हो जाएं।

प्रश्न 3. यदि लक्षित(टारगेटेड) क्षेत्र में कोई भी संगठित किसान समूह न हो तो?

उत्तर 3. ये जरूरी नहीं है कि लक्षित(टारगेटेड) समूह एक औपचारिक समूह हो। यदि समूह के सदस्यों के बीच एकता की भावना सच्ची हो तो अपंजीकृत समूह या अनौपचारिक समूह भी SHEP के लक्ष्य हो सकते हैं। यदि किसी क्षेत्र के किसान किसी समूह का हिस्सा न बनकर व्यक्तिगत रूप से काम करते हैं, तो ऐसे व्यक्तिगत किसानों पर भी SHEP दृष्टिकोण लागू किया जा सकता है। ऐसे मामलों में, फसल कैलेंडर बनाने के दौरान सामूहिक गतिविधियों की योजना बनाना मुश्किल हो सकता है। ऐसे में कार्यान्वयनकर्ताओं को किसानों को व्यक्तिगत रूप से योजना बनाने के लिए प्रोत्साहित करने की जरूरत है।

1.5. विस्तार कर्मचारी (एक्सटेंशन स्टाफ) और प्रणालियों के संबंध में प्रश्न

प्रश्न 1. क्या SHEP, विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ) के काम के भार को बढ़ाएगा?

उत्तर 1. अनुभव बताता है कि कर्मचारियों के काम का भार थोड़ा बढ़ सकता है, खासकर तब, जब वे विपणन(मार्केटिंग) के क्षेत्र में नई गतिविधियां करना शुरू करते हैं। हालांकि, कई विस्तार कर्मचारियों(एक्सटेंशन स्टाफ) का कहना है कि उनका काम आसान हो गया, क्योंकि अब उनके पास किसानों से ज्यादा फोन कॉल नहीं आते हैं, ये पूछने के लिए कि कटाई के महीनों में अपनी उपज को कहां बेचना है। विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ) को भी अपने काम में पहले की तुलना में ज्यादा संतुष्टि मिलती है, क्योंकि वो ये देख सकते हैं कि किसान अपनी आजीविका में सुधार कर रहे हैं और किसान उनके काम की सराहना कर रहे हैं। SHEP केवल किसानों को ही नहीं बल्कि विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ) को भी प्रेरित करता है।

फोटो: इथियोपिया



प्रश्न 2. क्या विस्तार कर्मचारियों (एक्सटेंशन स्टाफ़) की बहुत सीमित संख्या होने पर भी SHEP को लागू किया जा सकता है?

उत्तर 2. हां, यह तब तक हो सकता है, जब तक आप मानक कार्यान्वयन प्रक्रिया (स्टैंडर्ड इमप्लीमेंटेशन प्रॉसेस) में कुछ संशोधन करते हैं। उदाहरण के लिए, रवांडा ने उत्पादन तकनीकों के प्रसार के लिए 'किसान से किसान तक विस्तार' दृष्टिकोण अपनाकर इस समस्या को दूर किया है।

1.6. वित्तीय संसाधनों के संबंध में प्रश्न

प्रश्न 1. यदि सरकार के पास वित्तीय संसाधन बहुत सीमित हैं, तो क्या SHEP को लागू किया जा सकता है?

उत्तर 1. हां, किया जा सकता है। यह पुस्तिका उन परिस्थितियों के लिए तैयार की गई है जहां कार्यान्वयन के लिए वित्तीय संसाधन सीमित हैं। अगर आप पुस्तिका के निर्देशों का पालन करते हैं, तो आप महसूस करेंगे कि ये गतिविधियाँ सरल और सुव्यवस्थित हैं, इसलिए उन्हें बड़े बजट की आवश्यकता नहीं है। वास्तव में, SHEP दृष्टिकोण को बिना किसी अतिरिक्त वित्तीय संसाधन के दैनिक विस्तार कार्य में शामिल किया जा सकता है।

1.7. लिंग (जेंडर) के संबंध में प्रश्न

प्रश्न 1. लिंग (जेंडर) एक संवेदनशील विषय है। क्या किसान इस मुद्दे पर चर्चा करने के लिए तैयार हैं?

उत्तर 1. केन्या का अनुभव बताता है कि किसान, पुरुष और महिला दोनों, SHEP की लिंग(जेंडर)-संबंधी गतिविधियों से बहुत खुश हैं। केन्या में SHEP किसानों के बीच लिंग (जेंडर) सबसे लोकप्रिय प्रशिक्षण विषयों में से एक है। किसानों को SHEP का यह विषय पसंद है क्योंकि इसका ध्यान हमेशा कृषि व्यवसाय को बेहतर बनाने पर होता है, न कि लिंग (जेंडर) संबंधी समस्याओं के लिए एक-दूसरे की आलोचना करने पर।

2. संसाधन

SHEP दृष्टिकोण को बढ़ावा देने के लिए, JICA ने विभिन्न प्रकार की संदर्भ/शैक्षिक सामग्री तैयार की है। यहां कुछ सामग्रियों की सूची दी गई है, जिन्हें आप इंटरनेट पर देख कर सकते हैं। यदि आपको अतिरिक्त जानकारी की आवश्यकता है, तो कृपया अपने देश में JICA कार्यालय से संपर्क करें।

➤ SHEP वेबसाइट

https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agriculture/shep/index.html



➤ SHEP फेसबुक

<https://www.facebook.com/jicashep/>



➤ SHEP यू-ट्यूब(YouTube) वीडियो "छोटे किसान सफलता के लिए बाजार में परिवर्तन करते हैं-SHEP दृष्टिकोण पूरे अफ्रीका में फैल रहा है"

<https://www.youtube.com/watch?v=idGw6xLjH8&feature=youtu.be>



➤ JICA- नेट मल्टीमीडिया-आधारित शिक्षण सामग्री SHEP दृष्टिकोण (संक्षिप्त संस्करण(वर्जन) 6 मिनट, पूर्ण संस्करण 26 मिनट)

https://jica-net-library.jica.go.jp/jica-net/user/lib/contentDetail.php?item_id=10064



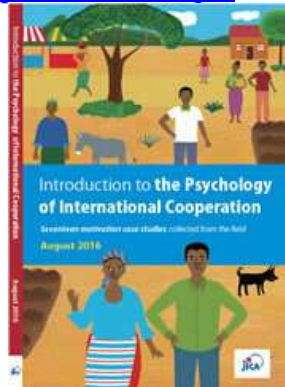
- SHEP गेम ऐप "फन फन फार्मिंग!"

https://jica-net-library.jica.go.jp/jica-net/user/lib/contentDetail.php?item_id=10035



- पुस्तिका "अंतर्राष्ट्रीय सहयोग के मनोविज्ञान का परिचय"

<http://libopac.jica.go.jp/images/report/12092193.pdf>



- विवरणिका(ब्रोशर) "जापान ब्रांड SHEP (सितंबर 2016)"

https://www.jica.go.jp/english/publications/brochures/c8h0vm000avs7w2-att/japan_brand_08.pdf



- SHEP विवरणिका(ब्रोशर) "SHEP ब्रोशर" (मार्च 2013)

https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agriculture/c8h0vm00009u15bk-att/shep_04_fr.pdf



- SHEP विवरणिका(ब्रोशर) “SHEP की कहानी (फरवरी 2014)”
https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/c8h0vm00009ul5b_k-att/shep_05_en.pdf



- SHEP विवरणिका(ब्रोशर) "डू-नो टेक्नोलॉजी - गांव में पहुंचने वाली सड़कों में सुधार"
https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agriculture/shep/c8h0vm0000bm5dq_a-att/Do-Nou.pdf



- SHEP कैनाल यू-ट्यूब(Youtube)
 SHEP यू-ट्यूब(Youtube) वीडियो डू-नो टेक्नोलॉजी "गांव में पहुंचने वाली सड़कों में सुधार" केन्या SHEP-UP (2012)
<https://www.youtube.com/watch?v=zcG7cdKXXxU>



ISBN978-4-86357-080-1



