

MAN-53(2)



राष्ट्रीय संगोष्ठी मत्स्य परिसंस्करण का वर्तमान एवं भावी स्वरूप

[19-20 दिसम्बर, 2003]



केन्द्रीय मात्स्यिकी शिक्षा संस्थान

(भा.कृ.अनु.प., समतुल्य विश्वविद्यालय)

वरसोवा, मुंबई - 400 061

प्रकाशक एवं संगोष्ठी निदेशक	-	डा.सुभाष चन्द्र मुखर्जी निदेशक केन्द्रीय मात्स्यकी शिक्षा संस्थान वरसोवा, मुंबई 400061
संयोजक	-	डा.एस.बासु, वरिष्ठ वैज्ञानिक
संगोष्ठी समन्वयक	-	डा.एम.के.चौकसे, तकनीकी अधिकारी
संगोष्ठी सचिव	-	श्री रा.प्र.उनियाल, सहायक निदेशक (रा.भा.)
संपादकीय समिति	-	श्री प्रताप कुमार दास, तक. अधिकारी (हिन्दी) कु.रेवती धोंगडे, हिन्दी अनुवादक (टी-4) श्रीमती स्मिता कोली, वरिष्ठ लिपिक श्रीमती अनघा जोशी, कनिष्ठ लिपिक
मुद्रक	-	प्रिंट एन ग्राफ, मुंबई
प्रकाशन तारीख	-	19 दिसम्बर 2003

मत्स्य परिसंस्करण का वर्तमान एवं भावी स्वरूप

राष्ट्रीय संगोष्ठी

19-20 दिसम्बर, 2003

(संगोष्ठी में प्रस्तुत लेखों/सारांशों का संकलन)



(Handwritten signature in red ink)



केन्द्रीय मात्स्यिकी शिक्षा संस्थान

(भा.कृ.अनु.प., समतुल्य विश्वविद्यालय)

वरसोवा, मुंबई - 400 061

36. घरेलू मत्स्य विपणन के सन्दर्भ में गुणवत्ता का महत्त्व

एस.के. पाण्डेय एवं श्याम एस. सलीम

केन्द्रीय मात्स्यिकी शिक्षा संस्थान

वरसोवा, मुंबई 61

पिछले 50 वर्षों में भारत ने मत्स्य उत्पादन के तंदर्भ में उल्लेखनीय सफलता प्राप्त की है। वर्ष 1950-51 में भारत का मत्स्य उत्पादन लगभग 7.35 लाख टन था जो 2000-2001 तक 7-8 गुना बढ़कर लगभग 56 लाख टन हो गया है। इस उल्लेखनीय वृद्धि का श्रेय यहां के मत्स्य उत्पादक वर्ग मुख्यतया मछुआरे एवं मत्स्य कृषक को जाता है। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद प्रारंभ की गई पंचवर्षीय योजनाओं में मत्स्य उत्पादन को बढ़ावा देने वाली परियोजनाओं को प्राथमिकता के आधार पर लागू किया गया जिससे मत्स्य उत्पादन व्यवसाय को प्रोत्साहन मिला। मत्स्य उत्पादन को बढ़ावा देने हेतु समुद्री मात्स्यिकी क्षेत्र में जहां उन्नत जालों एवं आधुनिक नावों के माध्यम से अधिकाधिक मत्स्य संदोहन किया गया वहीं अन्तर्देशीय मात्स्यिकी क्षेत्र में विभिन्न जलकृषि, प्रौद्योगिकी के माध्यम एवं अधिकाधिक तालाबों एवं जलाशयों को मत्स्य पालन के अन्तर्गत लाकर उत्पादन बढ़ाने की दिशा में काफी कार्य हुआ। केन्द्र एवं राज्य सरकारों के साथ साथ अनुसंधान वित्तीय एवं सहकारी संस्थाओं ने महत्त्वपूर्ण सहयोग दिया।

आम भारतीयों के स्वास्थ्य एवं विकास को ध्यान में रखकर पौष्टिक पदार्थों की भारतीय बाजारों में उपलब्धता को बढ़ाना भी हमारी पंचवर्षीय योजनाओं का एक महत्त्वपूर्ण उद्देश्य रहा है। दूध एवं दुग्ध जन्य पदार्थ तथा अंडे की तरह मत्स्य एवं मात्स्यिकी उत्पाद एक आवश्यक पौष्टिक पदार्थ माना गया है। अतः इसकी उपभोग के लिए उपलब्धता बढ़ाना अत्यंत आवश्यक माना गया है। भारतीय चिकित्सा अनुसंधान परिषद के अनुसार भारत में प्रतिव्यक्ति/प्रतिवर्ष 11.2 कि.ग्रा. मछली की आवश्यकता है। इस दिशा में प्रयास किए गए हैं। आज लगभग 4.7 कि.ग्रा. प्रतिव्यक्ति/प्रतिवर्ष मछली की उपलब्धता है जो कि 20-25 वर्ष पहले 3 कि.ग्रा. से भी कम था।

भारतीय घरेलू बाजारों में मछली का उपयोग मुख्यतः ताजे रूप में किया जाता है। हैंड बुक आफ़ फिशरीज स्टैटिक्स के आंकड़ों के अनुसार भारत में लगभग 67% मछली का उपभोग ताजे रूप में किया जाता है जबकि एफ.ए.ओ. के आंकड़ों के अनुसार विश्व मत्स्य उत्पादन के उपयोग को देखें तो पता चलता है कि मात्र 29% प्रतिशत हिस्से का ही उपभोग ताजे रूप में होता है। संभवतः भारत में अन्य अधिकांश देशों की तुलना में मछली के परिसंसाधन, परिसंरक्षण एवं परिवहन की सुविधाओं के अभाव में ताजी मछलियों का प्रचलन एवं उपभोग अधिकाधिक मात्रा में होता है।

तालिका : मत्स्य उत्पादन का विभिन्न रूपों में उपयोग (1992) (प्रतिशत में)

उपयोग के रूप	विश्व उत्पादन	भारतीय मत्स्य उत्पादन
1. ताजा	29.1	67.2
2. फ्रीजिंग	21.5	6.8
3. क्यूरिंग	8.7	14.2
4. कैनिंग	10.3	0.6
कुल मानव उपभोग हेतु	69.7	88.8
क्षय, अन्य प्रकार के उपयोग आदि	30.7	11.2
कुल उत्पादन	100.0	100.0

स्रोत : 1. विश्व उत्पादन उपयोग : एफ.ए.ओ. स्टैटिस्टिक्स

2. भारत में मत्स्य उपयोग : हैंड बुक आफ फिशरीज स्टैटिस्टिक्स

, कृषि मंत्रालय, भारत सरकार, 1996

भारतीय मात्स्यिकी क्षेत्र के विकास में जितना ध्यान मत्स्य उत्पादन एवं उनसे सम्बन्धित क्रियाओं पर दिया गया उसके अपेक्षा अत्यन्त कम ध्यान मत्स्य उत्पाद के बाद की प्रक्रियाओं पर दिया गया। जिसके फलस्वरूप मत्स्य विपणन एवं उससे सम्बन्धित क्रिया कलापों में पिछले 30 वर्षों में कोई विशेष परिवर्तन नहीं हो पाया।

मछली एक अतिनाशवान उत्पाद है। पकड़ने के तुरन्त बाद ही मछली के सम्पूर्ण उत्पाद का उपभोग करना सामान्यतया संभव नहीं है। अतः मछली की गुणवत्ता उसे उपभोग के समय बनाए रखने के लिए उचित रख-रखाव एवं परिसंरक्षण जति आवश्यक है। परिसंरक्षण के साथ मछली विपणन के लिए जगर दूर के बाजारों में जाती है तो परिवहन की विशेष व्यवस्था जरूरत होती है। अतः मछली की गुणवत्ता को बनाए रखने के लिए मुलभूत सुविधाओं जैसे टर्क कारखाना, कोल्ड स्टोरेज, इन्सुलेटेड/रेफ्रिजरेटेड वाहन, व्यवस्थित विपणन केन्द्र आदि का होना अति आवश्यक है।

भारतीय मत्स्य बाजार को मुख्यतया दो भागों में बांटा जा सकता है ; थोक बाजार व खुदरा बाजार। थोक बाजार प्रायः बड़े-बड़े शहरों में होते हैं जैसे कलकत्ता, मद्रास, बेंगलौर, दिल्ली, हैदराबाद आदि। पूर्ण थोक बाजार केवल कलकत्ता में 6 व दिल्ली में एक है अन्य बड़े शहरों के बाजार सही मायने में पूर्ण थोक बाजार न होकर थोक बाजार सह खुदरा बाजार है।

भारत में सबसे ज्यादा मत्स्य खुदरा बाजार कलकत्ता में और उसके बाद मद्रास व दिल्ली में है। लगभग 80 प्रतिशत खुदरा बाजार केवल कलकत्ता, दिल्ली व मद्रास में है जबकि अन्य सभी जगहों पर खुदरा बाजार छोटे होते हैं। थोक व खुदरा बाजारों के अतिरिक्त बड़ी संख्या में ऐसे असंगठित बाजार हैं जो सड़क के किनारे, खुले जगहों पर होते हैं। इस तरह के बाजार सामान्यतया छोटे शहरों कस्बों एवं गांवों में पाए जाते हैं।

भारत के मत्स्य थोक बाजारों में अवस्थापना सुविधाओं की अत्यन्त कमी है। थोक बाजारों में मूलभूत अवस्थापना सुविधाएं भी नहीं हैं जैसे कि ट्रक पार्किंग मछलियों के उतारने व चढ़ाने की जगह, स्टोरेज सुविधा, बर्फ का कारखाना, पानी आदि। प्रायः सभी भारतीय मत्स्य खुदरा बाजारों में मत्स्य विपणन के लिए बैठने वाले विक्रेताओं की संख्या, बाजार की क्षमता से ज्यादा होती है। खुदरा बाजारों में अधिक विक्रेताओं के बैठने के कारण आपस में दुखदाई स्थिति पैदा करते हैं और स्वास्थ्यपरक दृष्टिकोण से बाजार का वातावरण दूषित हो जाता है। अधिकांश बाजार में प्रारम्भिक अवस्थापना सुविधाओं का अभाव है जैसे विक्रय के लिए प्लेटफार्म, बिजली, मछलियों व प्यून की बराबर सफाई के लिए निर्बाध पानी, स्टोरेज की सुविधा आदि। इन्हीं कारणों से मछली की गुणवत्ता पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

इस सन्दर्भ में इस बात की आवश्यकता है कि ज्यादा से ज्यादा अवस्थापना सुविधाओं के सहित खुदरा बाजार की स्थापना की जाय जिससे वर्तमान बाजार में क्षमता से अधिक बैठने वालों की व्यवस्था उनमें की जा सके तथा वर्तमान बाजारों में प्रारम्भिक सुविधाओं की व्यवस्था हो जिससे विक्रेताओं को मत्स्य विपणन में परेशानी न हो तथा मत्स्य की गुणवत्ता बनी भी रहे। अधिकता वाले विक्रेताओं को ध्यान रखकर ऐसा अनुमान किया गया है कि वर्तमान में 525 छोटे खुदरा बाजार व 375 मध्यम खुदरा बाजार की स्थापना की आवश्यकता होगी। अगर हम। इससे उपभोक्ताओं का मछली मिलने में भी सुविधा होगी तथा मछली की गुणवत्ता का भी ख्याल रखा जा सकेगा।

हालांकि इस सन्दर्भ में पिछले पंचवर्षीय योजना में केन्द्रीय योजनाओं के अंतर्गत कुछ प्रमुख शहरों में आधुनिक मत्स्य विपणन केन्द्र की स्थापना के लिए धन का आवंटन किया गया है। इन निर्माणाधीन मत्स्य केन्द्रों की संख्या आवश्यकता से काफी कम है। मत्स्य विपणन केन्द्रों की स्थापना में स्थानीय निकायों की भागीदारी एवं उसके रखरखाव में सहकारी संस्थाओं की भागीदारी को प्रोत्साहित करने की जरूरत है।