



Chhatrapati Shahu Ji Maharaj  
University, Kanpur

**Answer Script Details**  
**Barcode** 6074270

**Roll No.** 22031000195  
**Total Mark** 34/50.00

**Exam** B.SC IN AGRICULTURE BSCAG\_ODD-EXAM-DEC-24  
**Subject** AG5004 - AGRICULTURE MARKETING TRADE AND PR

**Question wise Mark Summary**

**Q.No Mark Q.No Mark Q.No Mark Q.No Mark**

1A 4/5

1B 4/5

1C 3/5

1D 3/5

1E 4/5

1F 4/5

2 6/10

3 0/10

4 0/10

5 0/10

6 0/10

7 0/10

8 6/10

9 0/10

# Chhatrapati Shahu Ji Maharaj University Kanpur, Uttar Pradesh

## PART-II

### MARKS OBTAINED

Q.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(a)										
(b)										
(c)										
(d)										
(e)										
(f)										
(g)										
(h)										
(i)										
(j)										
Total										
Total Marks in Figures										Max. Marks
Total Marks in Words										



AG 5004

Paper Code

Signature of Evaluator

Date of Exam: 31/01/25 Shift: III 3rd Room No.: 55  
 Paper Code: AG-5004  5th  
 Subject: Agriculture Marketing Trade of B.Tech  
 Name of Candidate: KUMAR VAIBHAV  
 Roll No. 22031000195

Signature of Candidate: *Kumar Vaibhav*  
 Signature of Investigator: *[Signature]*  
 COE Facsimile: *[Signature]*

Course: B.Sc. (Ag.)

Session: 2024-25 Year/Semester  5th

Subject Name: Agriculture Marketing Trade of B.Tech

Medium: English  Hindi

Paper Code

AG 5004

Exam Date

34012025

Name of Candidate

KUMARVAIBHAV

Father's Name

VINODKUMARVERMA

कॉलेज का कोड  
College Code

A U O Z

<input checked="" type="radio"/>	A	<input checked="" type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0
<input type="radio"/>	E	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1
<input type="radio"/>	F	<input type="radio"/>	2	<input checked="" type="radio"/>	2
<input type="radio"/>	H	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3
<input type="radio"/>	K	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4
<input type="radio"/>	L	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5
<input type="radio"/>	R	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6
<input type="radio"/>	S	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7
<input type="radio"/>	U	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8
<input checked="" type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9
<input type="radio"/>	W				

एग्जाम सेंटर का कोड  
Exam Centre Code

A U O Z

<input checked="" type="radio"/>	A	<input checked="" type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0
<input type="radio"/>	E	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1
<input type="radio"/>	F	<input type="radio"/>	2	<input checked="" type="radio"/>	2
<input type="radio"/>	H	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3
<input type="radio"/>	K	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4
<input type="radio"/>	L	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5
<input type="radio"/>	R	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6
<input type="radio"/>	S	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7
<input type="radio"/>	U	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8
<input checked="" type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9
<input type="radio"/>	W				

एग्जाम का प्रकार  
Type of Exam

- Regular  Ex-Student
- Offense  Back Paper Exam
- Private

ANSWER BOOKLET NO.

6074270

AG 5004

Paper Code



एनरोलमेंट नंबर  
Enrollment Number

C S J M A 2 2 0 0 0 0 4 0 7 1 2

उम्मीदवार का रोल नंबर  
Candidate's Roll Number

पेपर का कोड  
Paper Code

22031000195

<input type="radio"/>	0	<input checked="" type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0	<input checked="" type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0
<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input checked="" type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1
<input checked="" type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2
<input type="radio"/>	3	<input checked="" type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3
<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4
<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input checked="" type="radio"/>	5
<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6
<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7
<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8
<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input checked="" type="radio"/>	9

AG 5004

<input type="radio"/>	A	<input type="radio"/>	0	<input checked="" type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	0	<input type="radio"/>	N
<input type="radio"/>	B	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	1	<input type="radio"/>	P
<input type="radio"/>	C	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	2	<input type="radio"/>	R
<input type="radio"/>	E	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	3	<input type="radio"/>	T
<input type="radio"/>	F	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input checked="" type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	4	<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	G	<input checked="" type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	5	<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	Z	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	6	<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	W	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	7	<input type="radio"/>	
<input checked="" type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	8	<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	9	<input type="radio"/>	

कुमार विभव

Signature of Candidate

*[Signature]*

Signature of Investigator

C S Facsimile

*[Signature]*

COE Facsimile

नोट- 1. परीक्षार्थी को निर्दिष्ट किया जाता है कि आकाश चने को कुछ भाग पर अधिक सभी निर्देशों को सावधानीपूर्वक पढ़ें।  
 2. अधिक में धरो जाने वाली प्रतिलिपियाँ जारी तपन से शुद्ध की जायें। 3. गोलों को बचाने या दोले बलियेन से धरा जायें।

### INSTRUCTION TO THE CANDIDATE FOR FILLING PART-I

1. Read the instructions carefully given on the answer script and admit card.
2. Write Date of Exam, Shift, Paper Code & Name of Subject Correctly.
3. Write Name & Roll No. Correctly.
4. Write Semester & Branch Correctly.

### INSTRUCTION TO THE CANDIDATE FOR FILLING PART-III

1. Use blue or black ball point pen for writing alphabets & numerals in  boxes.
2. Carefully study the example before you start marking.
3. As shown in the example below, blacken the circles completely.



4. Make no Stray marks on this sheet.

**5. DO NOT WRITE OR MARK ON THE BAR CODE.**

### IN ORDER TO AVOD UFM ( UNFAIR MEANS ) :

1. The Roll No. and Answer Book no. found elsewhere or any other symbol found in the answer book will be treated as unfair means.
2. Any tempering of Bar Code and Booklet no shall be treated as Unfair Means.
3. Do Not bring the materials like slip of paper/mobile/digital diaries/ study material/ revision notes in examination hall. Possession of the mobiles/ digital diaries/electronic/digital watch and any other electronic gadget except memory less scientific calculator shall be considered as UFM case.
4. Do not keep or paste currency note in answer script & shall be consider as UFM.

### अनुचित साधन से बचने हेतु :

1. उत्तर पुस्तिका के निर्देशित स्थान को छोड़कर अनुक्रमिक एवं उत्तरपुस्तिका का क्रमांक कहीं और न लिखें तथा कोई भी चिह्न न बनायें क्योंकि यह अनुचित साधन प्रयोग की परिधि में आता है।
2. उत्तर पुस्तिका के बाहरीत अथवा उत्तर पुस्तिका संख्या पर छेद धाक करने पर अनुचित साधन प्रयोग माना जावेगा।
3. परीक्षा कक्ष में किन सामग्री लाने न लायें, जैसे लिखे हुए सामग्री के टुकड़े, मोबाइल, डिजिटल डायरी, डिजिटल वॉच, कॅलेंडर, पुराना यह सभी सामग्री जो अनुचित साधन को अज्ञात आती है। केवल संश्लेषित प्रश्नपत्र में ही यथोचित लेख साइबरनिक कैलकुलेटर से लाने की अनुमति है।
4. उत्तर पुस्तिकाओं में कपड़े न लपेटें न ही उत्तर पुस्तिका में विपदायें। ऐसा करना अनुचित साधन प्रयोग की परिधि में आता है।

### उत्तरपुस्तिकाओं को ठीक लिखें

1. प्रवेश पत्र एवं उत्तर पुस्तिका पर दिवस एवं तिथि को ध्यान से पढ़ें।
2. उत्तर पुस्तिका के दृश्य तत्काल सुझाव लिखें।
3. उत्तर पुस्तिका के पृष्ठों पर दो-दो तालक लिखें।
4. प्रश्न पत्र पर अपने अनुक्रमिक के अतिरिक्त सुझाव लिखें।
5. प्रश्न पत्र कोड एवं प्रश्न पत्र ID सावधानी पूर्वक लिखें।
6. अपनी स्थिति स्पष्ट लिखें।
7. उत्तर पुस्तिका के पृष्ठों की संख्या देखें। अगर उत्तर पुस्तिका में पृष्ठ ( 1-24) से कम है या कटे हुए हैं, तो परीक्षा शुरू होने के पूर्व दूसरी उत्तर पुस्तिका ले लें।
8. प्रश्नपत्र को देख, यदि प्रश्नपत्र के विषय कोड, विषय का नाम तथा प्रश्न नं कोई त्रुटि है तो उसके परीक्षा शुरू होने से 30 मिनट के अन्दर कक्ष निरीक्षक को तालक सूचित करें, उसके बाद विश्वविद्यालय द्वारा कोई कार्य नहीं की जावेगी।
9. प्रश्नों के उत्तर लिखने के लिये पेनिल का प्रयोग न करें।
10. बी कोपी का अतिरिक्त टाक नहीं दिया जावेगा।

### INSTRUCTION TO THE CANDIDATE

1. Read the instructions carefully given on the Question Paper, Admit Card & Answer Script.
2. Do not write anything on back side of the cover page.
3. Write on both sides of pages of answer book.
4. Do not write anything on question paper except Roll Number.
5. Write Paper Code & Question Paper Id carefully.
6. CHECK the number of pages ( 1-24) or any other kind of damage in your answer script, if found than change the answer script immediately before the commencement of examination.
7. CHECK the Question Paper for any kind of discrepancy e.g. Subject Code, Subject Name, and Question of the Question Paper during first THIRTY MINUTES of the commencement of the exam, so that it can be corrected in TIME. After that no corrections shall be entertained by the university.
8. Do not use pencil for answering the question.
9. Write status correctly e.g. those appearing in carry over papers should fill in status as CarryOver. Those appearing as Ex- Students should fill in status as ex.
10. No supplementary answer book & graph paper will be provided.

### INSTRUCTION TO THE CANDIDATE FOR FILLING PART-IV

1. Use blue or black ball point pen for writing alphabets & numerals in  Boxes.
2. Use blue or black ball point pen for filling the circles.

	1	8	1	5	4	3	2	1	6	9
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	●	1	●	1	1	1	1	●	1	1
2	2	2	2	2	2	2	●	2	2	2
3	3	3	3	3	3	●	3	3	3	3
4	4	4	4	4	●	4	4	4	4	4
5	5	5	5	●	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	●	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	●	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	●

Note- If your Roll No. is of 10 digits. Please leave first three columns.



## -: Section - A :-

### -: Ans. 1 (A) :-

### Difference

P. Competition Market	Imperfect Competition Market
i) यह एक काल्पनिक तम है व्यवहार में पूर्ण प्रतिस्पर्धा प्राप्ता नहीं पाये जाते हैं।	यह वास्तविक रूप से व्यावहारिक रूप से पाये जाते हैं।
ii) इसमें buyers व sellers की सं. बहुत अधिक होती है।	इसमें no. of buyers व sellers की सं. अपेक्षाकृत कम / सीमित होती है।
iii) इसमें प्रयुक्त वस्तुओं के गुण, रूप, गुणा में समानता होती है।	इसमें मुख्यतः भिन्न-2 प्रकार के Sellers व buy की जाती है।
iv) इसमें advertising, sales promotion का प्रमाण बहुत कम व नगण्य प्रपड़ता है।	इसमें advertising व sales promotion से बिड़ी बढ़ायी जा सकती है।
v) इसमें monopoly i.e. किसी एक buyer व seller का individual effect नहीं पड़ता।	इसमें individual effect पड़ता है i.e. → monopoly का कार्य.



vi) इसमें होता है  $MR = MC = MP$  इसमें ऐसा नहीं होता है।

### Ans-1 (B):-

#### Marketing channel :-

Marketing channels may be defined as "route through which a commodity or group of commodities are passed from producers & ultimately reached to consumers."

Acc. to Kuhl & Vhl :-

"Marketing channels are the alternative routes through which a particular commodity moved from producer to consumer"

#### Marketing channels for Cereals :-

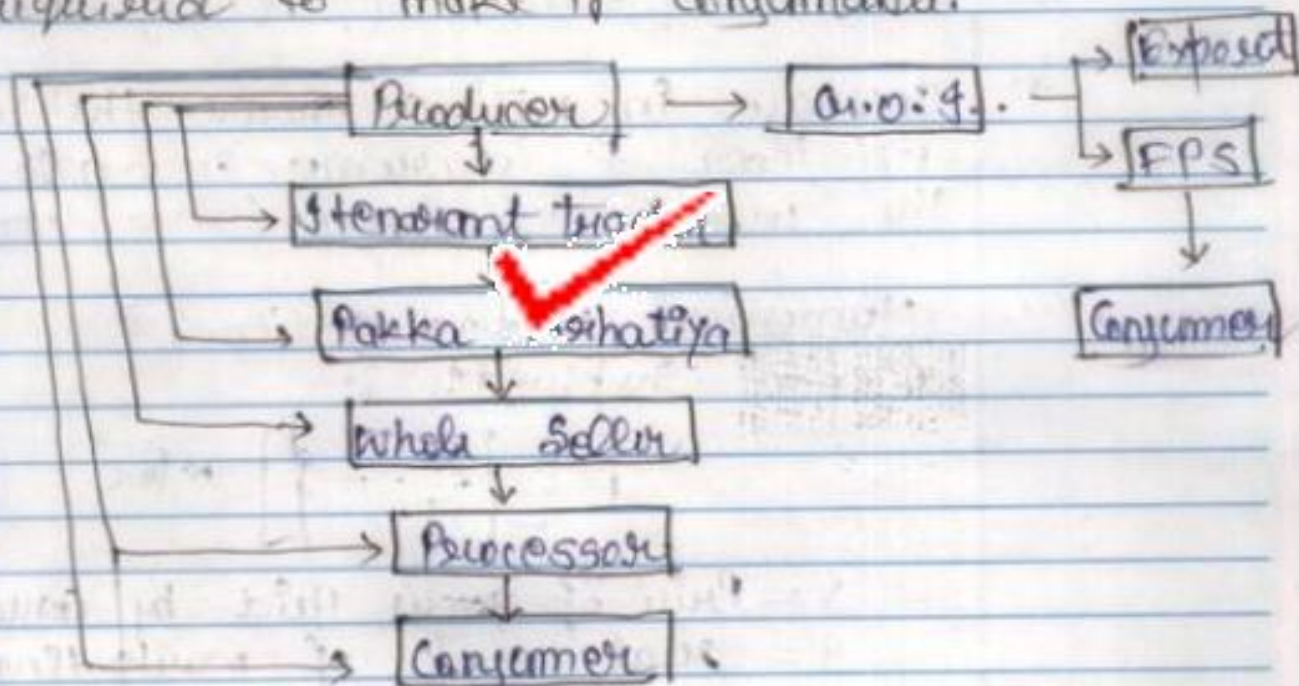
- i) Producer  $\rightarrow$  processor  $\rightarrow$  consumer
- ii) Producer (farmer)  $\rightarrow$  Government trader  $\rightarrow$  whole seller  $\rightarrow$  consumer



- iii) Producer  $\rightarrow$  whole seller  $\rightarrow$  Processor  $\rightarrow$  Consumer
- iv) Producer  $\rightarrow$  A.O.G.  $\rightarrow$  Fair price shop  $\rightarrow$  Consumer
- v) Producer  $\rightarrow$  Government of India  $\rightarrow$  Export
- vi) Producer  $\rightarrow$  Itinerant trader  $\rightarrow$  Pakka sahitya  $\rightarrow$  whole seller  $\rightarrow$  processor  $\rightarrow$  consumer

Cereal :-

Rice from Paddy  
koin from wheat, millets, barley  
etc, so processor are  
equipped to make it consumable.

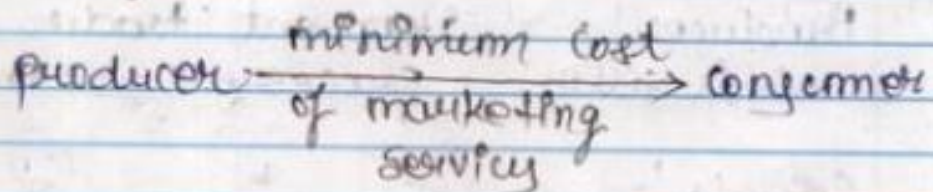




### Any-1(c):-

## Marketing Efficiency :-

कृषि या अन्य उत्पाद का production में marketing की विभिन्न services प्राप्त करने हेतु, कम से कम लागत में consumers तक पहुंचाने की प्रिया है, marketing efficiency है।



"It is defined as the ratio of marketing output (satisfaction) & marketing input (cost of marketing)"

\* Increase in ratio shows the improved efficiency & decrease in ratio shows the worst efficiency / -ve efficiency.

Numerical Relation :-

Acc. to Shupe :-

$$E = \left[ \frac{V}{g} - 1 \right] \times 100$$

V = Price of goods paid by consumer

g = real cost of marketing of goods

E = M. efficiency

Do Not Write anything in this Portion



:- Any - (2) :-

:- Difference :-

Speculation	Hedging
i). यह मुख्य में होने वाले उतार-चढ़ाव से लाभ कमाने की प्रक्रिया है।	i). यह price fluctuation के प्रति एक सुरक्षा है।
ii). Risk taking मुख्यतः speculative प्रकृत है।	ii). Risk अवरोध मुख्यतः hedging से व्यापार करते हैं।
iii). speculation का मुख्य उद्देश्य अधिक से अधिक लाभ कमाना है।	iii). Hedging होने वाली हानि को reduce करने का उपाय है।
iv). इसमें विपरीत दिशा वाला हानि, लाभ नहीं होता है।	Hedging में लेन-देन future व cash market में क्रम-विपरीत के विपरीत दिशा में होता है।
v). इसमें बहुत अधिक लाभ के साथ-2 हानि भी बहुत अधिक होती है।	v). इसमें लाभ व हानि बहुत कम होती है।
vi). इसमें वस्तुओं की future में sell करने के लिए store करते हैं।	vi). इसमें मुख्यतः वस्तु खरीदकर दूसरे हाथ लेब देते हैं।



## :- Any - 1 (E) :-

### Minimum Support Price :-

किसानी व उत्पादकों को नए-तकनीकी उपकरणों व farm पर production बढ़ाने के लिए M.S.P. की अनुशासनात्मक व्यवस्था आवश्यक है।

यह एक मुल्य होता है जिस पर किसानों से 90% उनके उत्पाद को खरीदा है चाहे बाजार-मुल्य कितना भी कम हो।

\* यह किसानों को उनके उत्पाद का उचित मुल्य/लाभ दिलाने में help करती है।

\* M.S.P., CACP (Commission on Agr. Cost & Prices) की recommendation पर G.O.P. के द्वारा वस की जाती है।  
(आर्थिक मामलों की Cabinet Committee द्वारा)

\* M.S.P. को प्रमुख फसलों के लिए ही लागू किया गया है।  
संख्या 23 है।

7 Cereals :- Rice, wheat, Maize, Jowar, Bajra, Barley, Aap.



5 pulses :- Gram, Moong, Vard, Pigeonpea, Lentil

7. Oilseed :- Soyabean, Niger seed, Taria, Sesamum, Groundnut, Linseed

4 Commercial crops :- Cotton, Sugarcane, Raw Jute, Copra

\* M.S.P Bowing भारत सरकार द्वारा कसती की से पहले तय की जाती है।

## :- Ans - I (F) :-

### Risk in Marketing :-

Risk एक बहुत महत्वपूर्ण Marketing में है, जिसका लेना का मुख्य सहान लाभ कमाना ही होता है।

Risk के बिना possible नहीं है कि सभी प्रकार के व्यवसाय में risk bearing capacity होनी चाहिए।



Definition :-

"The uncertainty about cost / price or loss or damage, is called risk."

consumption के Production व  
खिलना अधिक लागत है time  
risk की possibility बढ़ती है अधिक  
की अलग की quality व quantity  
में गिरावट आने की probability ↑  
होती है।

Marketing :- 2 Types of Risk in

1). **Good's Risk :-**

आते हैं चिनई वस्तुओं की गुणवत्ता व  
मात्रा में कमी आती है।

a). **Quantity Risk** ✓ due to attack of  
rodent, birds during  
storage, loss of weight due to  
reduction in moisture, poor handling,  
brokerage etc.

b). **Quality loss :-** due to attack of  
pests, disease, insect excreta,  
loss during transport, contamination  
& reduction in viability of  
Seed.



## 2) Price Risk :-

वस्तु की store में किया जाता है ताकि उसी future में price fluctuation से बचा सकें।  
 कमा रहे पन्तु हमें सही नहीं होता है।  
 Sometimes price में fall अधिक ही जाता है।  
 Product sell करना पड़ता है।  
 हमें मुल्य हानि की अधिकता का खतरा है।





## -: Section - B :-

### -: Ans-2 :-

#### Marketing Functions or Services :-

सभी क्रियाएँ जो किसी product की production point से last consumer तक पहुँचाने में की जाती हैं, marketing services कहलाती हैं।

Services मुख्य रूप से : Marketing

Commodity to commodity  
Market to market

final form of consumption

economic development of that area, ए

निर्भर और vary करती हैं।

#### Classification of Marketing Services :-

इसे मुख्यतः 3 भागों में खीटा गया है :-

1) Exchange Services :-

Buying & Selling

2) Physical Functions/Services :-

Storage, Processing & Transport



### 3). Facilitative Service :-

Grading, Standardization  
quality control, labelling, market  
information etc.

### :- Exchange Service :-

#### 1). Buying :-

Marketing Services में इसे  
गुण no. ए वर्युमी का एकत्रीकरण (assembling)  
or gathering किया जाता है कि उ-ए  
direct बिधा or मंडी में जाकर  
बिधा जाता है।  
वास्तव में विपणन  
संबंधी में buying एक most impo. सक्ति है  
क्योंकि यदि buying न हो तो other  
all services एक कामगी और कुछ  
time बाद production की कर हो कामगी  
क्योंकि producer की other need  
होती है जो cash से पूरी होती  
है। से cash उत्पाद केच पर मिलता  
है।

#### 2). Selling :-

वास्तव में buying व selling  
एक दूसरे से related ही है मुख्यतः  
selling का उद्देश्य लाभ कमाना  
होता है। परंतु buying की  
प्राप्ति है कि उन product को sell



करते हैं, buying केवल consumption ही  
 Consumption के लिए करता है other  
 ay अर्थात्, whole seller, trader  
 करने selling के लिए है। buy

### Physical Services :-

#### 3) Storage :-

→ add time utility

वस्तुओं की उनकी quality  
 व quantity को safe रखने तथा  
 future में लाभ कमाने हेतु goods  
 को store किया जाता है।

\* Perishable व semi-perishable goods को  
 store करने के लिए so that  
 खराब न हो।

\* Cereal व oilseeds को processing के  
 लिए store करना है।

\* Seasonal fruits and crops को non-  
 season में price fluctuation (चढ़ाव)  
 को control करने के  
 लिए store करना है।

#### 4) Processing :-

वस्तु की palatable,  
 consumable form में conversion. i.e.  
 वस्तुओं का रूप बदलकर उसे मान्य  
 उपयोग हेतु बनाया processing  
 कहलाता है।

eg - Rice from Paddy

Do Not Write anything in this Portion



- wheat from flour, millet,
- Oil from oilseed,
- fibre from cotton & jute,
- Curd, sweets etc from milk & पशुधन की processing है।

\* Processing adds forms utility to goods.

### 5). Transport :-

वस्तु को एक स्थान से दूसरे स्थान तक i.e. surplus area से shortage area or producing area से non-producing area में लाना or ले जाना ही transport है।

\* This time & place utility.

Specialized farming का कारण है क्योंकि वहाँ से goods का exchange हो जाता है, transport के समय।

### 6). Facilitative Functions :-

#### Grading :-

वस्तुओं की उनके वंग, रूप, गुणों & बनाने की आकार पर विभिन्न समूहों में बँटना grading कहलाता है। Grading से producer की अपनी वस्तु को अधिक कीमत पर consumers को, need वाली quality goods



ग्राहक को जानकारी देना है। Grading & marketing

\* Grading से consumer को जानकारी मिलती है।  
जान लेती है।

### 7) Standardization :-

Standardization के बाद Grading की

ये प्रक्रिया है जिसमें Standardization की quality के निर्धारण के लिए different criteria or standards बनाये जाते हैं, फिर इसी basis पर grading की जाती है।

\* grading followed by standardization

### 8) Quality check :-

निर्धारण/ control हेतु उत्पादन की गुणवत्ता के नियंत्रण के लिए किया गया है।

- A.M. Mark,  $\Rightarrow$  Agricultural produce (Grading & Marketing) Act, 1937

से 1966 में संशोधन करके, उत्पादन करने वाले व्यक्ति को 5000 ₹ तक व 6 माह की सजा होगी।

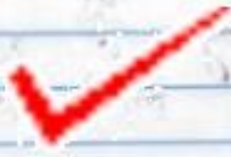
- Food products order, ministry



of health & family welfare के अंतर्गत अंकिता  
 विभाग का नियंत्रण का क्षेत्र है।  
 • → भारतीय product → पुरा रंग का क्षेत्र  
 • → भारतीय " → हरा रंग का क्षेत्र

Other services :-

- \* Assembling
- \* Advertising
- \* Personal Selling
- \* Sales promotion
- \* Crediting
- \* Market segmentation
- \* Market integration etc.






## Section - C :-

### Any - 8 :-

#### Warehousing Corporation :-

निष्पन्न व ससुधामा को कहे है जो  
 कसुधामा की quality व quantity में कमी  
 को दूर करने के लिए good  
 की storage का facility provide  
 करते है या स्वयं प्रोपरा  
 करते है।

सदस्य व Warehousing corporation अपने  
 (सुदक्ष, bank से विकत है तथा  
 इसके लक्ष्य के प्रोड्यूसर के उत्पाद  
 को रका लेते है।

\* Warehousing में सभी क्रियाओं आती  
 related होती है।  
 जो  good storage से

\* Warehouse :- में वै scientific storage  
 structure होते है जिससे good को  
 store करते है।

\* Warehousing may be defined as an  
 assumption of facility to provide



Storage

Warehousing in India

Warehousing का सुझाव All India Rural Credit Survey Committee of RBI, 1951 में 1954 में C.O.F. की report submit की गई थी।  
 Warehousing का कार्रवाई के लेखन हुए Agriculture Produce (Storage Warehousing & Development) Act, 1956 पारित किया गया जिसके अन्तर्गत विभिन्न Boards व संस्थाओं की स्थापना की गई।

- 1) National Co-operative Development & Warehousing Board, 1956
- 2) Central Warehousing Corporation, 1957
- 3) State " " " " " "
- all/multiple state ✓ 1957-58.

Central Warehousing Corporation :-

यह Warehousing Federation द्वारा 1957 में 1957 में गठित की गई। इसका मुख्य कार्य अनेक Scale पर Ag. Produce का Storage करना है। Central (कीटिम) level पर काम करती है।



--	--	--	--	--	--	--	--



Central Warehousing Corporation  
 Storage कर्ता  
 व अन्य जगहों पर यहाँ  
 सम्भव है वहीं different प्रकार  
 के godowns व Storage structures  
 का निर्माण करता है।

## Objective / Functions of C.W.C. :-

- i) C.W.C. कृषि उत्पादों को खरीदने, विक्री, Exposed करने के Storage करने का काम करता है।
- ii) यह सरकार के Agent के रूप में Farmers से decided prices (MSP) पर खरीद कर काम करता है।
- iii) यह किसानों को उनके उत्पादों का उचित मूल्य प्रदान करने में help करती है।
- iv) यह goods के लिए (production) के लिए credit को उपलब्ध कराती है।
- v) यह consumers के लिए कीमतों के लिए price fluctuation को तब तक
- vi) FCY योजना में कोष उपलब्ध कराती है।



Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



19

v). Training of personnel for warehousing  
etc.





Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--



20

Do Not Write anything in this Portion





Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



21



Do Not Write anything in this Portion



Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



22





Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--



23



Do Not Write anything in this Portion



Paper Code

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



24

