

कृषि वस्तुओं का विपणन एवं मूल्य-निर्धारणः प्रावधान और चुनौतियाँ

प्रो. (श्रीमती) बिन्दु शुक्ला

अर्थशास्त्र विभाग

शास. स्व. शास. स्नातकोत्तर महाविद्यालय,
छिन्दवाड़ा (म.प्र.)

सारांश

कृषि राष्ट्रीय आय, रोजगार, औद्योगिक विकास, अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार आदि अनेक क्षेत्रों में कृषि का महत्वपूर्ण योगदान है। पिछले दो दशकों से अधिक अवधि में औद्योगिकीकरण के संगठित प्रयास के बावजूद कृषि का गौरवपूर्ण स्थान बना हुआ है। यह अर्थव्यवस्था का प्राथमिक क्षेत्र और भारतीय अर्थव्यवस्था की मजबूत नींव है। अर्थव्यवस्था का आधार होने के बावजूद भी भारतीय कृषि और कृषक के समक्ष अनेक ऐसी समस्याएँ हैं, जिनके उचित निराकरण की जरूरत है। इनमें से एक चुनौती कृषि वस्तुओं का विपणन एवं मूल्य निर्धारण है।

प्रस्तुत शोध पत्र में कृषि वस्तुओं के विपणन एवं मूल्य निर्धारण संबंधी प्रावधान और इस संबंध में आने वाली चुनौतियों के साथ ही केन्द्र सरकार एवं राज्य सरकार की इस संबंध में लागू की गई नीतियों का शोधपूर्ण विवेचन किया गया है।

मुख्य शब्द- औद्योगिक विकास, अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार, भारतीय अर्थव्यवस्था, विपणन कृषि आगत, न्यूनतम समर्थन मूल्य, वसूली मूल्य,

समाज वैज्ञानिकी अक्टूबर-मार्च 2020-21

अंक-33-34, ISSN 0973-4201

भारतीय समाज विज्ञान परिषद्

भूमिका-

कृषि अर्थव्यवस्था का प्राथमिक क्षेत्र और भारतीय अर्थव्यवस्था की मजबूत नींव है। राष्ट्रीय आय, रोजगार, औद्योगिक विकास अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार आदि अनेक क्षेत्रों में कृषि का महत्वपूर्ण योगदान है। पिछले दो दशकों से अधिक अवधि में औद्योगिकीकरण के संगठित प्रयास के बावजूद कृषि का गौरवपूर्ण स्थान बना हुआ है। कृषि आज भी देश की ६५ प्रतिशत आबादी की जीविका का माध्य है। अर्थव्यवस्था का आधार होने के बावजूद भी भारतीय कृषि और कृषक के समक्ष अनेक ऐसी समस्याएँ हैं, जिनके उचित निराकरण की जरूरत है। इनमें से एक चुनौती कृषि वस्तुओं का विपणन एवं मूल्य निर्धारण है।

आज कृषि केवल जीवन यापन तक सीमित न होकर उसका स्वरूप व्यवसायिक हुआ है और यह लाभ का धंधा है। किसान अपने अतिरिक्त उत्पादन का कई प्रकार से विक्रय कर सकता है। सामान्य तरीका तो यह है कि किसान अपनी फसल गांव के साहूकार या महाजन या व्यापारी को बेचता है। व्यापारी स्वयं भी कृषि उत्पादन क्रय कर सकता है या किसी बड़ी वाणिज्यिक फर्म या किसी बड़े व्यापारी का एजेंट बनकर भी फसल खरीद सकता है। एक अनुमान के अनुसार पंजाब में गेहूँ का ६० प्रतिशत तिलहनो का ७० प्रतिशत और रूई का ३५ प्रतिशत उत्पादन गांव में ही बेचा जाता है। भारतीय किसानों में प्रचलित विक्रय की दूसरी पध्दति यह है कि कृषक अपने उत्पादन को साप्ताहिक या अर्ध साप्ताहिक ग्राम-बाजारों में जिन्हें **डॉट** कहते हैं बेच देते हैं। इसके अलावा गाँवों और कस्बों में लगने वाले मेलों में अपना उत्पादन और पशु लाकर बेचते हैं।

कृषि विपणन की एक अन्य प्रचलित प्रणाली में छोटे तथा बड़े कस्बों में, मण्डियों में क्रय-विक्रय किया जाता है। मण्डियाँ उत्पादन केन्द्रों से बहुत दूर भी स्थित होती हैं जिससे कृषकों को मण्डी तक अपनी उपज ले जाने के लिये विशेष प्रयास करने पड़ते हैं। मण्डियों में दलालों द्वारा किसान अपनी फसल को आढ़तियों को बेचते हैं। ये आढ़तियें थोक व्यापारी होते हैं जो अपनी फसल या तो फुटकर विक्रेताओं या विधायन इकाईयों को बेच देते हैं। उदाहरण के लिये कपास के थोक विक्रेता इसे कपड़ा कारखानों को बेच देते हैं किन्तु खाद्यान्नों को आटा मिल या फुटकर विक्रकताओं को बेचा जाता है। प्रथम पंचवर्षीय योजनाकें ड्राफ्ट में ही कहा गया है किसानों की आवश्यकता की खरीद और उसके उत्पाद की बिक्री, कृषि व्यवसाय की मूल गतिविधियाँ हैं। इन दोनों स्तरों पर उचित व्यवहार मिलने की असमर्थता के कारण किसान और उद्यम का पूरा फल प्राप्त नहीं कर पाता।

कृषकों का कृषि विपणन की मूलभूत सुविधायें-

कृषकों को अपनी उपज के विक्रय का उचित मूल्य मिले और वे अधिकतम लाभ प्राप्त कर सकें इसके लिए किसानों को निम्नांकित मूलभूत सुविधाएं होना आवश्यक है।

- कृषकों के पास अपनी उपज को रखने के लिये गोदामों की उचित व्यवस्था होना चाहिए।
- उसमें कुछ समय के लिए रूक सकने की क्षमता होना चाहिए जबकि वह उस समय की प्रतीक्षा कर सके कि वह अपने स्टॉक को अच्छे मूल्य पर बेच सके। यदि वह फसल कटने के बाद अपनी उपज को बेचेगा तो उसे उसकी कम कीमत प्राप्त होगी।
- सस्ती परिवहन सुविधायें होनी चाहिए जिसेसक वह गाँव में ही फसल को साहूकार या महाजन व्यापारी को न बेचकर मण्डी में ले जा सके।
- कृषकों को बाजार की परिस्थितियों तथा प्रचलित मूल्यों के बारे में पूरी सूचना होनी चाहिए, अन्यथा उसे धोखा हो सकता है। व्यवस्थित और विनियमित मण्डियों का विकास होना चाहिए जहाँ किसानों को दलाल और आढ़तियों लूट न सके।
- बिचौलियों की संख्या कम से कम कर देनी चाहिए इससे किसानों को अपनी उपज का उचित मूल्य प्राप्त होगा।

कृषि विपणन और सरकारी प्रयास-

सर्वेक्षणों के आधार पर कृषि वस्तुओं के क्रय, विक्रय में सुधार लाने के लिये सरकार द्वारा निम्न उपाय किये गये हैं :-

(1) विनियमित मण्डियों की स्थापना-

देशभर में कृषि विपणन हेतु विनियमित मण्डियों की स्थापना और विस्तार करना। 31 मार्च 2012 तक देश में लगभग 790 विनियमित मण्डियाँ कार्य कर रही हैं। एक अनुमान के अनुसार कुल कृषि उपज के लगभग 70 प्रतिशत का क्रय विक्रय इन्हीं मण्डियों में होता है। इस संबंध में सरकार द्वारा देश भर में माप तौल के बट्टों का मानकीकरण विशेष उल्लेखनीय है। विभिन्न प्रकार के माप तौल बट्टों को समाप्त कर, एक मीट्रिक प्रणाली अपनाई है जिससे किसानों के साथ बाटों के आधार पर होने वाला छल कपट समाप्त हो गया है।

(2) कृषि वस्तुओं का वर्ग विभाजन एवं मानकीकरण -

कृषि उपज वर्ग-विभाजन एवं विपणन अधिनियम के अधीन घी, आटा, अण्डे आदि वस्तुओं के लिए वर्ग विभाजन केन्द्र स्थापित किये हैं। कृषि विपणन विभाग द्वारा वर्ग विभाजित वस्तुओं पर **एगमार्क** की मुहर लगा दी जाती है केन्द्र स्थापित किये हैं। इससे इन वस्तुओं का बाजार विस्तार होता है और अच्छी कीमत प्राप्त होती है। नागपुर में केन्द्रीय क्वालिटी प्रयोगशाला स्थापित की गई है। देश के अन्य भागों में 8 प्रादेशिक प्रयोगशालायें भी बनाई गई हैं जिनका उद्देश्य कृषि वस्तुओं की किस्त और शुद्धता का परीक्षण करना है।

(3) भण्डारण सुविधायें -

सरकार द्वारा गाँवों और कस्बों में भण्डारण की सुविधाओं को उन्नत करने के लिए महत्वपूर्ण कार्य किया है। 1957 में कृषि उपजों के संग्रहण, गोदामों में भण्डारण आदि के परिचालन हेतु केन्द्रीय भण्डारण निगम की स्थापना एवं राज्यों में राज्य भण्डारण निगम स्थापित किये गये।

(4) सहकारी विपणन समितियों का संगठन -

भारत सरकार ने बहुउद्देशीय सहकारी समितियों के संगठन को प्रोत्साहित करने के लिये केन्द्रीय विपणन समितियाँ और राज्य स्तर पर शिखर विपणन समितियाँ कायम की हैं। नाफेड की स्थापना भी इस दिशा में महत्वपूर्ण है। सरकार ने सहकारी विपणन समितियों और संघों को स्टेट बैंक ऑफ इण्डिया और अन्य राष्ट्रीयकृत बैंकों के माध्यम से अधिक वित्तीय संसाधन उपलब्ध कराये।

(5) सहकारी विपणन समितियों का संगठन -

किसानों में कृषि संबंधी सूचना के प्रसारण हेतु सरकार रेडियो और दूरदर्शन का प्रयोग भी करती रही है जिसमें मुख्य वस्तुओं के दैनिक मूल्यों, स्टॉक और बाजार की गतिविधियों संबंधी सूचना दी जाती है। बहुत से कृषक इन प्रसारणों को सुनकर लाभ उठाते हैं।

(6) कृषि वस्तुओं के निर्यात को प्रोत्साहन -

सरकारी सहायता के अधीन हाल के वर्षों में कृषि निर्यात को बढ़ावा दिया जा रहा है। भारत के कृषि निर्यात में दालें, चावल, गेहूँ, तम्बाकू, चीनी, दुग्ध उत्पाद, गरम मसाले, काजू, तिलहन, मूँगफली, फल एवं सब्जियाँ शामिल हैं। भारत के कुल निर्यात में कृषि निर्यात का हिस्सा **2014—2015** में लगभग

12.08 प्रतिशत था। देश की विदेश व्यापार नीति में कृषि निर्यात पर जोर दिया गा है और एक नई योजना विशेष कृषि उत्पाद योजना शुरू की गई है। जिससे फलों, फूलों, सब्जियों और छोटे वन उत्पादों के निर्यात को प्रोत्साहन मिले। राज्यों के लिए कृषि निर्यात क्षेत्रों की स्थापना के लिये राशि निर्धारण किया जा चुका है।

(7) कृषि विपणन सुधार -

देश में कृषि विपणन के लिए एक मॉडल कानून तैयार और प्रचारित किया गया है जो अन्य मदों के साथ प्रत्यक्ष खरीदी केन्द्र, उपभोक्ताओं को प्रत्यक्ष विक्रय के लिये बाजार कीमत निर्धारण प्रणाली में पूर्ण पारदर्शिता, किसानों को उसी दिन भुगतान, वर्तमान बाजारों के सार्वजनिक निजी स्वामित्व के लिए व्यवसायिक प्रबंध आदि उपलब्ध करायेंगा।

कृषि उपजों का न्यूनतम समर्थन मूल्य-

कृषि वस्तुओं के विपणन के क्षेत्र में 1970 के दशक के मध्य तक सरकार ने दो प्रकार के नियंत्रित मूल्यों की घोषणा की थी-

1. न्यूनतम समर्थन मूल्य।
2. खरीद मूल्य अथवा वसूली मूल्य घोषित किये गये दो सरकारी मूल्यों की यह नीति धान के मामले में कुछ परिवर्तन के साथ 1973-74 तक चलती रही। गेहूँ के मामले में यह 1969 में बंद हो गई थी लेकिन 1974-75 में पुनः लागू हुई। चूँकि न्यूनतम समर्थन मूल्य को बढ़ाने की मांग अधिक थी इसलिये 1975-76 में वर्तमान प्रणाली विकसित की गई जिसमें बफर स्टॉक अभियानों के लिये धान और अन्य खरीफ फसलों तथा गेहूँ की खरीद के लिये मूल्यों के केवल एक सेट की घोषणा की गई। कृषिगत आगतों की लागतों एवं किसानों के उचित प्रतिफल पर विचार करके ही न्यूनतम समर्थन मूल्य की सिफारिश कृषि लागत एवं मूल्य आयोग द्वारा की जाती है। कृषि मूल्य आयोग की स्थापना 1965 में की गई थी, जिसे 1985 में कृषि लागत और कीमत आयोग नाम दिया गया। कृषिगत उत्पादन को प्रोत्साहन देने हेतु सरकार द्वारा 24 महत्वपूर्ण कृषि उपजों के न्यूनतम समर्थन मूल्य की घोषणा की जाती है। कुछ प्रमुख फसलों के न्यूनतम समर्थन बहुत निम्न तालिका में दर्शाये गये हैं-

प्रमुख फसलों के न्यूनतम समर्थन मूल्य प्रमुख फसलों के न्यूनतम समर्थन मूल्य

वस्तु	फसल वर्ष / रूपये क्विंटल		2014-15 की तुलना में 2015-16 न्यूनतम समर्थन मूल्य में वृद्धि
	2014-15	2015-16	
खरीफ फसलें			
धान सामान्य	1360	1410	50 (3.7)
धान (ग्रेड ए)	1400	1450	50 (3.6)
ज्वार संकर	1530	1570	40 (2.6)
ज्वार मालडंडी	1550	1590	40 (2.6)
बाजरा	1250	1275	25 (2.0)
मक्का	1310	1325	15 (1.1)
रागी	1550	1650	100 (6.5)
अरहर	4350	4425	75 (1.7)
मूँग	4600	4650	50 (1.1)
उड़द	4350	4425	75 (1.7)
कपास (मीडियम स्टेपल)	3750	3800	50 (1.3)
कपास (लांग स्टेपल)	4050	4100	50 (1.2)
मूँगफली (छिलका)	4000	4030	30 (1.3)
सूरजमुखी के बीज	3750	3800	50 (1.3)
सोयाबीन काली	2500	-	-
सोयाबीन पीली	2560	2600	40 (1.6)
तिल	4600	4700	100 (2.2)
रबी फसलें			
गेहूँ	1450	1525	75 (5.2)
जौ	1150	1225	75 (6.5)
चना	3175	3425	250 (7.9)
मसूर	3075	3325	250 (8.1)
सरसों	3100	3350	300 (12.5)
गन्ना	220	230	10 (4.5)

स्रोत - कृषि सहकारिता और किसान कल्याण विभाग।

टिप्पणी- कोष्ठक में दिये गये आंकड़े प्रतिशत वृद्धि दर्शाते हैं।

स्रोत-कृषि सहकारिता और किसान कल्याण विभाग।

टिप्पणी-कोष्ठक में दिये गये आंकड़े प्रतिशत वृद्धि दर्शाते हैं।

कृषि विपणन में सुधार-संदर्भ मॉडल एपीएमसी एक्ट-

भारत में कृषि उपजों के व्यवस्थित विपणन को प्रोत्साहित करने के लिए बाजार को नियंत्रित किया गया था। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद गंभीरता से यह अनुभव किया गया था कि कृषि क्षेत्र के बाजार कुशलतापूर्वक कार्य नहीं करते हैं। वितरण की अकुशलता, कृषि उपजों की बर्बादी जैसी समस्याओं के हल हेतु विभिन्न राज्य सरकारों ने अपने-अपने एपीएमसी अधिनियम बनाये। इन कानूनों द्वारा किसानों को पोषण से बचाने के लिये कठोर प्रावधान किये गये। एपीएमसी (मंडियों) में निर्णय लेने वाले शीर्ष संस्था की संरचना इस प्रकार की गई कि इसमें एक बड़ा बहुमत किसानों का हो और इस समिति का अध्यक्ष भी एक किसान हो।

भारत सरकार ने कृषि विपणन व्यवस्था को अधिक जीवंत और प्रतिस्पर्धी बनाने के लिये एक विशेषज्ञ समिति का गठन किया। इस टास्क फोर्स ने नौ क्षेत्रों को प्राथमिकता दी-

(1) कानूनी सुधार (2) प्रत्यक्ष विपणन (3) बाजार का आधारभूत ढाँचा (4) वित्त पोषण (5) भण्डारण रसीद प्रणाली (6) फार्वर्ड और फ्यूचर्स बाजार (7) समर्थन मूल्य नीति (8) कृषि विपणन में सूचना प्रौद्योगिकी (9) विपणन विस्तार, प्रशिक्षण और अनुसंधान।

इस टास्क फोर्स ने कई सिफारिशों की जिसमें राज्य एपीएमसी अधिनियम और अनुबंध कृषि में संशोधन मुख्य है। अधिकांश राज्यों में एपीएमसी एक्ट मंडियों के बाहर के लेन देन पर रोक लगाता है। जिन राज्यों में मण्डी के बाहर लेन देन की अनुमति है, वहाँ भी यह अधिनियम निर्धारित करता है कि जब प्रत्यक्ष खरीद हो, वहाँ मण्डी कर का भुगतान करना आवश्यक है। मॉडल एपीएमसी अधिनियम के अनुसार एपीएमसी एक्ट में संशोधन अनिवार्य है ताकि निजी कंपनियों और निकायों को कृषि उपज के लिए एक विपणन नेटवर्क स्थापित करने की अनुमति मिल सके।

मध्यप्रदेश, राजस्थान और उत्तरप्रदेश जैसे राज्यों ने अपने-अपने एपीएमसी एक्ट में संशोधन कर दिया है। जिससे आईटीसी लिमिटेड जैसी कंपनियों को कृषि वस्तुओं के क्रय हेतु अपनी ई-चौपाल नेटवर्क को स्थापित करने की अनुमति मिल गई है। इसके अलावा आंध्रप्रदेश ने भी अपने एपीएमसी एक्ट में मॉडल अधिनियम के अनुसार संशोधन कर लिया है। विभिन्न राज्यों ने भी इस दिशा में कार्य

प्रारंभ कर दिया है।

कृषि विपणन की चुनौतियाँ-

भारत में कृषि विपणन कार्य बहुत ही चुनौतीपूर्ण है और इसकी दशा बहुत खराब है। देश के कृषक निर्धन और अशिक्षित हैं। उन्हें अपनी उपज के क्रय विक्रय संबंधी पूरी जानकारी भी नहीं है।

- उपज संग्रह के लिये पर्याप्त गोदामों की सुविधा नहीं है फलस्वरूप गाँवों में १० से २० प्रतिशत उपज चूहों, चींटियों और आदि द्वारा नष्ट कर दी जाती है।

- किसान इतना गरीब और ऋणग्रस्त है कि वह अपने ऋणों का भुगतान करने के लिए अपनी उपज महाजन या व्यापारी को बेचने के लिये तैयार हो जाता है। इस प्रकार के बाध्य विक्रय के कारण औसत किसान की स्थिति और भी कमजोर हो जाती है।

ग्रामीण क्षेत्रों में परिवहन सुविधाओं की हालत इतनी खराब है कि समृद्ध किसान भी, जिनके पास अतिरिक्त होता है, मण्डियों में जाना नहीं चाहते। कच्ची सड़कों की स्थिति बरसात में उपयोग करने योग्य नहीं बचती।

- मण्डियों की स्थिति यह है कि किसानों को वहाँ जाकर काफी प्रतीक्षा करना पड़ती है, तभी वह अपनी फसल को बेच पाता है। इसके अलावा सौदा प्रणाली ऐसी है कि किसान को नुकसान ही होता है। कृषक अढ़तियों को अपनी फसल बेचने के लिए दलाल की सहायता लेता है। दलाल और अढ़तियों आपस में मिल जाते हैं, फलस्वरूप जो कीमत तकय होती है उससे किसान की उपेक्षा अढ़तियों को अधिक लाभ होता है। माप-तौल के गलत बाँट और किसान की फसल घटिया किस्म की होने को आधार बनाकर भी मूल्य लेने के लिये बाध्य किया जाता है।

किसान और अंतिम उपभोक्ता के बीच बिचौलियों की संख्या बहुत अधिक है, जिससे उपज का एक बड़ा हिस्सा वे हड़प कर जाते हैं।

कृषकों को बड़ी-बड़ी मण्डियों में प्रचलित कीमतों के बारे में सूचना नहीं मिलती है और न ही उन्हें प्रत्यक्ष बाजार स्थितियों और कीमत संबंधी जानकारी होती है। परिणामतः किसानों को जो भी कीमत दलाल और अढ़तियों देन को तैयार हो जाएं स्वीकार करनी पड़ती है।

निष्कर्ष-

कृषि विपणन यानी कृषि वस्तुओं का मूल्य निर्धारण एवं मार्केटिंग आज भी दश में एक बड़ी चुनौती बनी हुई है। सरकार कृषि विपणन की दशाओं को उन्नत करने हेतु जागरूक है और उनमें सुधार के लिये प्रयासरत भी है। अखिल भारतीय भण्डागार निगम की स्थापना कस्बों और मण्डियों में गोदामों का निर्माण और उनके प्रबंधन के लिए की गई है। गांवों में गोदामों की संख्या बढ़ाने सहकारी समितियों को वित्तीय सहायता प्रदान की गई है। कृषकों की उपज का क्रय-विक्रय करने के लिये सहकारी विपणन और विधायन समितियाँ बनाई गई है। ग्रामीण परिवहन को विकसित किया जा रहा है और गांवों को सड़कों से जोड़ा गया है। विनियमित मण्डियाँ किसानों के हितों की रक्षा करती है। खाद्यान्नों की कीमतें सरकार द्वारा कृषि कीमत आयोग की सिफारिशों के आधार पर तय की जा रही है।

विभिन्न आपदाओं से कृषिगत उत्पादन के होने वाले नुकसान की सुगम और बेहतर भरपाई के लिये नई किसान हितैषी फसल बीमा योजना खरीफ 2016 से लागू की गई है। इस योजना को केन्द्रीय मंत्रीमण्डल ने 13 जनवरी 2016 को मंजूरी प्रदान की थी। प्रधानमंत्री फसल बीमा योजना में सरकार ने कहा है कि एक राष्ट्र-एक योजना की थीम पर तैयार की गई इस योजना में पूर्ववर्ती सभी योजनाओं के गुण सम्मिलित है जबकि उनके दोष दूर कर दिये गये है। इस प्रकार कृषि और किसान दोनों के हित संरक्षण हेतु सरकारी स्तर पर अनेक सुविधाएँ और योजनायें बनाई गई है, जरूरत है तो इनके सफल और ईमानदार क्रियान्वयन की, तभी किसानों को उनकी उपज का लाभदायक मूल्य मिलेगा और किसानों की बढ़ती आत्महत्याओं को रोका जा सकेगा क्योंकि जब देश का अन्नदाता सुखी और समृद्ध होगा तभी देशवासी भी खुशहाल और समृद्ध होंगे।

संदर्भ ग्रंथ सूची-

1. सुबह सिंह यादव, *कृषि अर्थव्यवस्था*, रावत पब्लिकेशन्स, जवाहर नगर, जयपुर-1992.
2. डॉ. सुदामा सिंह, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, राधा पब्लिकेशन्स, अंसारी रोड, दरियागंज, नई दिल्ली.
3. गौरव दत्त एवं अश्विनी महाजन, *भारतीय अर्थव्यवस्था*, एस.चांद, पब्लिसिंग, रामनगर, नई दिल्ली-2016.

4. भारतीय अर्थव्यवस्था, *प्रतियोगिता दर्पण*, उपकार प्रकाशन.
5. Chand, Ramesh : *Doubling Farmers Income*” NITI Policy paper no. 1/2017 NITI Aayog, New Delhi
6. Panagariya, Arvind : *“Three years Action Agenda, 2017-18 to 2019-20*, NITI Ayog, New Delhi.
7. Singh Sukhpal: *“Producer Companies as new Generation Cooperatives* EPW, May 2008
8. Government of India, *:Economic Survey, 2016-17*.
