

अच्छी कृषि विपणन पद्धति की विशेषताएँ

एक अच्छी एवं सुव्यवस्थित कृषि विपणन पद्धति में यह मुख्य विशेषताएँ होनी चाहिए—(1) **कम मध्यस्थ**—मध्यस्थ विक्रेताओं की संख्या कम-से-कम होनी चाहिए। (2) **कृषक व उपभोक्ता हितों की रक्षा**—विपणन प्रणाली में कृषक व उपभोक्ता दोनों के हितों की रक्षा होनी चाहिए। (3) **बाजार सूचनाएँ**—बाजार सम्बन्धी सूचनाएँ कृषकों को अधिक-से-अधिक एवं उचित समय पर मिलनी चाहिए। (4) **परिवहन साधन**—कृषि उपज को मण्डियों तक लाने के लिए उपयुक्त परिवहन साधन एवं सड़कें होनी चाहिए जिससे कि कम-से-कम व्यय में शीघ्रतापूर्वक उपजों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाया जा सके। (5) **भण्डार सुविधाएँ**—कृषि उपज को रखने के लिए देश में पर्याप्त मात्रा में भण्डार सुविधाएँ होनी चाहिए। (6) **किस्म सुधारने के लिए प्रोत्साहन**—उपज की विभिन्न किस्मों के मूल्यों में अन्तर होना चाहिए जिससे कि कृषकों में किस्म को सुधारने के लिए प्रोत्साहन मिलता रहे। (7) **आर्थिक सुविधाएँ**—कृषक को पर्याप्त मात्रा में आर्थिक सुविधाएँ देने वाली संस्थाएँ होनी चाहिए जिससे कि वह साहूकार व महाजनों के चंगुल में न फँसे। (8) **संग्रह क्षमता**—कृषक के स्वयं के पास भी कृषि उपज को कुछ समय के लिए रखने की संग्रह क्षमता होनी चाहिए।

सहकारी विपणन से अर्थ

श्री ओ. बी. जेसनेस के अनुसार, "सहकारी विपणन का अर्थ पारस्परिक लाभ प्राप्त करने व विपणन समस्याओं को हल करने के लिए मिलकर कार्य करना है।" फिलिप्स एवं डन्कन के मत में, "वे संगठन जो सहकारिता के आधार पर किसानों के समूहों के द्वारा अपनी वस्तुओं को बेचने के और सामान तथा अन्य वस्तुएँ खरीदने के लिए स्थापित हुए हैं, सहकारी विपणन संघ कहलाते हैं।"²

इन परिभाषाओं से हम इस निष्कर्ष पर आते हैं कि (1) सहकारी विपणन संगठन स्वेच्छा से विपणन सम्बन्धी कार्यों को पूरा करने के लिए बनाये जाते हैं। (2) इसको किसानों द्वारा अपनी वस्तुओं को बेचने के लिए बनाया जाता है। (3) पारस्परिक लाभ कमाने के लिए बनाया जाता है। (4) यह एक प्रकार की व्यापारिक संस्थाएँ हैं।

इस प्रकार सहकारी विपणन स्वेच्छा से बनाया हुआ एक व्यापारिक उपक्रम है जिसका उद्देश्य पारस्परिक लाभ प्राप्त करना है।

सहकारी विपणन संस्थाओं के उद्देश्य—(1) अपने सदस्यों को उनकी वस्तु का उचित प्रतिफल दिलाना, (2) संग्रह की सुविधा प्रदान करना, (3) आवश्यकता के समय वित्तीय ऋण देना, (4) बाजार सम्बन्धी सूचनाओं को उनको बताना, (5) मूल्यों में स्थायित्व लाना एवं (6) अपने सदस्यों को कच्चा माल, बीज, खाद, आदि उपलब्ध कराना है।

भारत में सहकारी विपणन का संगठन

भारत में सहकारी विपणन का संगठन निम्न प्रकार का पाया जाता है :

(1) **प्राथमिक सहकारी विपणन समितियाँ**—यह समितियाँ गाँव स्तर पर कार्य करती हैं तथा अपने सदस्यों के लाभ के लिए कृषि सम्बन्धी पदार्थों का क्रय एवं विक्रय, एकीकरण, श्रेणीकरण, आवश्यक बीज, खाद व मशीन, आदि की पूर्ति करती हैं तथा वित्तीय सहायता प्रदान करती हैं। आजकल इस प्रकार की समितियाँ किसी खास उद्देश्य के लिए न बनाकर कई उद्देश्यों की पूर्ति हेतु बनायी जाती हैं। इस समय प्राथमिक सहकारी समितियों की संख्या 7,001 है।

(2) **केन्द्रीय सहकारी विपणन समितियाँ**—यह समितियाँ प्राथमिक सहकारी विपणन समितियों के ऊपर होती हैं जो शहरी क्षेत्रों या कस्बों में पायी जाती हैं। इन समितियों का कार्य प्रारम्भिक समितियों व अपने सदस्यों की सहायता करना, क्रय-विक्रय करना व अपना सम्बन्ध प्रान्तीय सहकारी विपणन समिति या संघ से रखना है। इस समय इस प्रकार की समितियों की संख्या 160 है।

(3) **प्रान्तीय सहकारी विपणन समितियाँ**—यह समितियाँ राज्य स्तर पर सर्वोच्च संस्था (Apex Institution) के रूप में कार्य करती हैं तथा केन्द्रीय विपणन समितियों के माध्यम से प्राथमिक समितियों की सहायता करती हैं। यह समितियाँ साधारणतया प्रदेश या प्रान्त की राजधानी में पायी जाती हैं। इस समय राज्य स्तर पर 29 शीर्ष समितियाँ और 25 विपणन फेडरेशन कार्य कर रहे हैं।

(4) **राष्ट्रीय सहकारी कृषि विपणन संगठन (NAFED)**—यह सहकारी विपणन के लिए शीर्ष संस्था है जो राष्ट्रीय स्तर पर कार्य करती है। इसका मुख्य उद्देश्य कृषि एवं अन्य वस्तुओं में अपने सदस्यों के विपणन एवं व्यापारिक क्रिया-कलापों में समन्वय लाना, उन्हें प्रोत्साहित करना, अन्तर्राष्ट्रीय एवं अन्तर्राज्यीय कृषि व्यापार को बढ़ावा देना तथा सदस्यों को कृषि से सम्बन्धित आवश्यक वस्तुओं की पूर्ति करना है। यह संस्था 1958 में स्थापित हुई थी।

भारत में सहकारी विपणन की सफलताएँ

भारत में सहकारी विपणन आन्दोलन अभी बचपन की अवस्था में है, उसके विकास की काफी आवश्यकता है। सहकारी विपणन संगठन के कृषि उपज विपणन में जो कठिनाइयाँ आती हैं उन्हें एक सीमा तक दूर करने में सफलता प्राप्त कर ली है :

¹ "Co-operative marketing means working together for mutual benefit in solving marketing problems." —O. B. Jesness ; *Co-operative Marketing of Farm Products.*

² "The organisations which groups of farmers have established to market their products co-operatively and to purchase supplies and other goods are known as 'Marketing Co-operatives or Co-operative Marketing Association.'" —Philips Duncan : *Marketing Principles and Methods.*

- (1) **विपणन लागत में कमी**—सहकारी समितियाँ अपने सदस्यों से सीधी उपज खरीदती हैं तथा सीधी ही उसकी बिक्री मण्डियों में या सरकार को करती हैं। इससे उनके सदस्य मध्यस्थों द्वारा की जाने वाली गड़बड़ियों से बच जाते हैं। इससे कृषक की विपणन लागत में कमी आयी है।
- (2) **साहूकारों व व्यापारियों के चंगुल से छुटकारा**—इन समितियों ने अपने सदस्यों को समय-समय पर ऋण की सुविधा देकर साहूकारों व व्यापारियों के चंगुल से बचाया है। यह समितियाँ कुछ सीमा तक उनकी बहुत-सी आवश्यकताओं की पूर्ति कर देती हैं। उनको उपज के बेचने की परेशानी से भी बचा देती हैं।
- (3) **भण्डार सुविधाएँ**—सहकारी समितियों ने अपने सदस्यों को भण्डार सुविधाएँ देकर कृषक की भण्डार क्षमता में वृद्धि की है।
- (4) **अच्छी किस्म की वस्तुओं की पूर्ति**—सहकारी समितियों ने अपने सदस्यों को उच्च कोटि का उत्पादन करने एवं उसमें मिलावट न करने की प्रवृत्ति में सहयोग दिया है जिससे अच्छी किस्म की वस्तुओं की पूर्ति में इनका योगदान सहायनीय है।
- (5) **उत्पादन में वृद्धि**—सहकारी समितियों की एक सफलता यह है कि इनके सहयोग से कृषि उपज में वृद्धि हुई है। यह समय पर खाद, बीज व अन्य आवश्यक सामग्री अपने सदस्यों को उपलब्ध कराती हैं।
- (6) **कृषकों में सहकारी भावना का विकास**—सहकारिता से कृषकों में सहकारी भावना को जन्म मिला है जो उनके एवं देश के हित में है।
- (7) **कृषि का विकास**—सहकारी विपणन सदस्यों को कृषि का विकास करने के लिए उत्साहित करता है जिससे कृषि का विकास हुआ है।

सहकारी विपणन के लाभ

सहकारी विपणन से अनेक प्रकार के लाभ हैं, लेकिन इन सभी लाभों को एक वाक्य से प्रदर्शित किया जा सकता है कि "सहकारी विपणन कृषक की स्थिति को विक्रेता के रूप में सुदृढ़ बनाता है। उसकी उपज के नियमित रूप से बिकने का विश्वास स्थापित करता है और उसको अच्छे मूल्य पर बिकने के योग्य बनाता है। यही व्यवस्था कृषकों को यह भी सिखाती है कि कृषि एक प्रकार का व्यवसाय है" जिसके लिए विभिन्न प्रकार की व्यवसाय नीति का पालन करना आवश्यक है। कृषकों को भी व्यावसायिक संगठनों की भाँति अपने आपको संगठित करना चाहिए। संक्षेप में, सहकारी विपणन के निम्नलिखित लाभ हैं :

- (1) **मध्यस्थों का अन्त**—सहकारी विपणन में सबसे पहला लाभ यह है कि उपभोक्ता व उत्पादक के बीच मध्यस्थों की जो शृंखला बनी रही है उसका अन्त हो जाता है जिससे उपभोक्ता व उत्पादक दोनों को लाभ होता है। मध्यस्थों का अन्त होने से उपभोक्ता को वस्तु सस्ती मिल जाती है व उत्पादक को अपनी वस्तु का उचित मूल्य मिल जाता है।
- (2) **बाजार की बुराइयों से छुटकारा**—सहकारी विपणन हो जाने से उत्पादक बाजार की विभिन्न प्रकार की बुराइयों जैसे कर्दा काटना, धर्मादा काटना, आढ़त, तुलाई, गौशाला, चौकीदार, आदि से बच जाता है। सहकारी विपणन समिति में कुछ निश्चित खर्च ही निश्चित दर पर लिये जाते हैं।
- (3) **वर्गीकरण की सुविधा**—पदार्थों को साफ करने और वर्गीकृत करने से उत्पादक को अच्छा मूल्य मिल जाता है। यह कार्य विपणन समितियों के द्वारा किया जाता है।
- (4) **उचित तौल की सुविधा**—सहकारी विपणन का चौथा लाभ यह है कि नाप-तौल इन समितियों के द्वारा ठीक तरह की जाती है, जबकि इनके अभाव में तौल उचित नहीं होती है। यद्यपि सरकार ने इस सम्बन्ध में कानून बना रखे हैं, लेकिन फिर भी विभिन्न प्रकार के बाट पाये जाते हैं।
- (5) **संग्रह की सुविधा (Storage Facility)**—सहकारी विपणन समितियाँ आधुनिक वैज्ञानिक भण्डार-गृह सुविधा अपने सदस्यों को उपलब्ध कराती हैं। इनके द्वारा माल को सुरक्षित रखने का व्यय भी बहुत कम लिया जाता है। भण्डार की सुविधा होने से माल खराब नहीं होता है और बाजार की परिस्थितियाँ अपने पक्ष में आने तक माल को रोककर रखा जा सकता है।

1 "The operation of co-operative marketing teaches farmers that agriculture is primarily a form of business."
—The Co-operative Planning Committee (1959).

(6) **आर्थिक सहायता**—सहकारी विपणन समितियाँ अपने सदस्यों की आवश्यकता के समय आर्थिक सहायता करती हैं और साहूकारों के चंगुल में फँसने से बचाती हैं। इन समितियों की ब्याज की दर भी कम होती है।

(7) **एकत्रीकरण की सुविधा**—सहकारी विपणन समितियाँ सदस्यों की सुविधा के लिए गाँव में ही उपज को एकत्रित करने के लिए केन्द्र खोल देती हैं जिससे वे अपनी उत्पत्ति को बाजार में ले जाने की परेशानी से बच जाते हैं। यह सुविधा उन कृषकों के लिए बहुत ही लाभप्रद है जिनके पास उत्पत्ति ले जाने के साधन नहीं हैं।

(8) **सामूहिक मोलभाव व अधिक मूल्य लाभ**—सहकारी विपणन का यह बहुत ही महत्वपूर्ण लाभ है। व्यक्तिगत रूप से कृषक में मोलभाव करने की शक्ति नहीं होती है, लेकिन सहकारिता में संगठित होकर उसमें सामूहिक क्षमता आ जाती है जिसका यह प्रभाव पड़ता है कि उसको वस्तु का मूल्य कुछ अधिक मिल जाता है तथा वह खरीद व बिक्री के लाभ का भागी बन जाता है।

(9) **अन्य लाभ**—सहकारी विपणन के अन्य लाभ भी हैं; जैसे (i) उचित मूल्य पर रासायनिक खाद, उत्तम बीज व औजार समितियों द्वारा सदस्यों को बेचना; (ii) आवश्यक व लाभप्रद सूचनाएँ सदस्यों को देना जिससे उत्पत्ति में परिवर्तन किया जा सके; (iii) गाँवों में समितियों द्वारा अन्य सामाजिक उत्थान के कार्य करना जिससे जीवन-स्तर में उन्नति हो।