

## रायपुर जिले में धान विपणन संरचना एवं सहकारी संघ का योगदान

उमेश कुमार गुप्ता<sup>1</sup>

शोधार्थी, वाणिज्य विभाग, रायपुर (छ.ग.)<sup>1</sup>

डॉ. पी सी अग्रवाल<sup>2</sup>

प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, शा. छत्तीसगढ़ कॉलेज, रायपुर (छ.ग.)<sup>2</sup>

### सार

यह अध्ययन रायपुर जिले में धान विपणन की संरचना, सहकारी संघों की भूमिका और किसानों के आर्थिक हित में उनके योगदान का विश्लेषण करता है। शोध का मुख्य उद्देश्य विपणन चैनलों (सरकारी खरीद केंद्र, निजी व्यापारी और चावल मिलें) की कार्यप्रणाली का मूल्यांकन करना, सहकारी संघों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं का अध्ययन करना और विपणन प्रणाली में मौजूदा चुनौतियों को समझना है। अध्ययन में प्राथमिक और द्वितीयक दोनों आंकड़ों का उपयोग किया गया है। प्राथमिक आंकड़े 200 किसानों, 25 सहकारी संघ अधिकारियों और 30 व्यापारियों से एकत्र किए गए, जबकि द्वितीयक आंकड़े कृषि विभाग और जिला सहकारी बैंक से प्राप्त हुए। परिणाम बताते हैं कि 2012-13 में 62% धान की खरीद सरकारी केंद्रों द्वारा की गई, जबकि निजी व्यापारियों और चावल मिलों का योगदान क्रमशः 30% और 8% था। सहकारी संघों ने MSP से अधिक मूल्य (1,280 रु./किंटल) प्रदान किया, जिससे किसानों को अधिक लाभ हुआ। बड़े किसानों में 85% ने सहकारी संघों को प्राथमिकता दी, जबकि सीमांत किसानों में त्वरित नकदी जरूरतों के कारण 52% ने निजी व्यापारियों को चुना। हालांकि सहकारी संघ आर्थिक रूप से लाभप्रद हैं, लेकिन वित्तीय बाधाएं, अपर्याप्त बुनियादी ढांचा और जागरूकता की कमी उनकी कार्यप्रणाली को प्रभावित करते हैं। इन चुनौतियों को दूर करने के लिए बुनियादी ढांचे को मजबूत करने और किसानों में जागरूकता बढ़ाने की आवश्यकता है।

**कीवर्ड:** रायपुर जिले में धान विपणन, सहकारी संघों का योगदान, विपणन चैनल विश्लेषण, किसानों की आय और मूल्य निर्धारण, विपणन प्रणाली की चुनौतियाँ।

### 1. प्रस्तावना

धान भारत के प्रमुख खाद्यान्न फसलों में से एक है और छत्तीसगढ़ में विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, जहां इसे "धान का कटोरा" कहा जाता है। रायपुर जिला, जो छत्तीसगढ़ की राजधानी है, राज्य के प्रमुख धान उत्पादक क्षेत्रों में से एक है। किसानों के लिए, धान का उत्पादन करना ही पर्याप्त नहीं है; उन्हें अपनी उपज के लिए उचित मूल्य सुनिश्चित करने के लिए एक प्रभावी विपणन प्रणाली की आवश्यकता होती है। विपणन संरचना में सरकारी एजेंसियां, निजी व्यापारी, और सहकारी संस्थाएँ शामिल हैं। इनमें से, सहकारी संघ किसानों को अपनी उपज के लिए उचित मूल्य प्राप्त करने में सहायता करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इस शोध पत्र का उद्देश्य रायपुर जिले में धान विपणन संरचना का विश्लेषण करना और इस प्रक्रिया में सहकारी संघों के योगदान का मूल्यांकन करना है।

**भारत में सहकारी आंदोलन का संक्षिप्त परिचय**

भारत में सहकारी आंदोलन का इतिहास 1904 में सहकारी साख समितियों के अधिनियम के साथ शुरू होता है। इसका प्राथमिक उद्देश्य ग्रामीण किसानों को साहूकारों के शोषण से बचाना है (बंद्योपाध्याय, 1996)। स्वतंत्रता के बाद, सहकारी क्षेत्र को मजबूत करने के लिए कई कदम उठाए जाते हैं। 1976 में, कृषि पुनर्वित्त और विकास निगम ने आर.के. हजारी की अध्यक्षता में सहकारी ऋण संस्थानों के एकीकरण पर एक समिति का गठन किया, जिसने सहकारी क्षेत्र को मजबूत करने के लिए महत्वपूर्ण सिफारिशें दीं। छत्तीसगढ़, जो पहले मध्य प्रदेश का हिस्सा था, में सहकारी आंदोलन ने 1950 के दशक में गति पकड़ी। राज्य के गठन (2000) के बाद, सहकारी क्षेत्र को विशेष प्राथमिकता दी जाती है। छत्तीसगढ़ राज्य सहकारी विपणन संघ (मार्कफेड) और छत्तीसगढ़ राज्य नागरिक आपूर्ति निगम जैसी संस्थाएं राज्य में कृषि विपणन और खाद्य वितरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

### रायपुर जिले में धान उत्पादन का परिदृश्य

रायपुर जिला छत्तीसगढ़ के प्रमुख धान उत्पादक क्षेत्रों में से एक है। जिले में कुल कृषि योग्य भूमि का लगभग 70% धान की खेती के अंतर्गत आता है। 2010-13 की अवधि के दौरान, जिले में औसत धान उत्पादन लगभग 5.2 लाख मीट्रिक टन प्रति वर्ष है, जो राज्य के कुल धान उत्पादन का लगभग 12% है। रायपुर जिले में धान की खेती मुख्य रूप से वर्षा पर निर्भर है, हालांकि सिंचाई सुविधाओं का विस्तार हो रहा है। छोटे और सीमांत किसान जिले के कुल किसानों का लगभग 65% हिस्सा हैं और इनके पास कृषि योग्य भूमि का लगभग 40% है।

### धान विपणन की संरचना

रायपुर जिले में धान विपणन की संरचना निम्नलिखित चैनलों से मिलकर बनी है:

- **सरकारी खरीद केंद्र:** छत्तीसगढ़ सरकार न्यूनतम समर्थन मूल्य (MSP) पर धान की खरीद के लिए विभिन्न केंद्रों की स्थापना करती है। ये केंद्र सहकारी समितियों, नागरिक आपूर्ति निगम, और मार्कफेड द्वारा संचालित किए जाते हैं। 2012-13 में, रायपुर जिले में 87 ऐसे केंद्र हैं, जो लगभग 3.2 लाख मीट्रिक टन धान की खरीद करते हैं।
- **प्राथमिक कृषि सहकारी समितियां (PACS):** पीएसीएस धान विपणन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। वे न केवल सरकारी खरीद एजेंट के रूप में कार्य करती हैं, बल्कि किसानों को अन्य सहायता सेवाएँ भी प्रदान करती हैं, जैसे परिवहन, भंडारण, और ऋण। 2013 तक, रायपुर जिले में 112 पीएसीएस हैं, जिनकी सदस्यता लगभग 1.5 लाख किसानों की है।
- **निजी व्यापारी और चावल मिलें:** निजी व्यापारी और चावल मिलें भी धान विपणन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, विशेष रूप से उन किसानों के लिए जो सरकारी खरीद केंद्रों से दूर हैं या जिनकी फसल सरकारी खरीद मानदंडों को पूरा नहीं करती है। जिले में लगभग 120 बड़े और मध्यम आकार के निजी व्यापारी और 45 बड़ी एवं 78 छोटी चावल मिलें हैं।

### धान विपणन में सहकारी संघों की भूमिका

- **मूल्य समर्थन:** सहकारी संघ सरकार द्वारा निर्धारित न्यूनतम समर्थन मूल्य (MSP) पर धान की खरीद करके मूल्य समर्थन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह किसानों को उनकी उपज के लिए एक न्यूनतम गारंटीकृत मूल्य सुनिश्चित करता है, जिससे उन्हें वित्तीय सुरक्षा मिलती है (दत्ता, 1996)।

- **विपणन सेवाएँ:** सहकारी संघ किसानों को विभिन्न विपणन सेवाएँ प्रदान करते हैं, जैसे ग्रेडिंग, भंडारण, और परिवहन। ये सेवाएँ विशेष रूप से छोटे और सीमांत किसानों के लिए महत्वपूर्ण हैं, जिनके पास इन सेवाओं तक पहुँचने के लिए सीमित संसाधन हैं।
- **ऋण और वित्तीय सहायता:** सहकारी संघ धान की खेती और विपणन के लिए किसानों को ऋण और वित्तीय सहायता प्रदान करते हैं। 2012-13 में, रायपुर जिले में सहकारी संघों ने धान उत्पादकों को लगभग 250 करोड़ रुपये का ऋण वितरित किया है (सहकारी पहल पैनल, 1996)।
- **तकनीकी सहायता और किसान जागरूकता:** सहकारी संघ किसानों को तकनीकी सहायता प्रदान करते हैं और उनके लिए जागरूकता कार्यक्रम आयोजित करते हैं, जिससे उन्हें धान विपणन के विभिन्न पहलुओं के बारे में जानकारी मिलती है।

### रायपुर जिले में प्रमुख सहकारी संघ

रायपुर जिले में कई प्रमुख सहकारी संघ कार्यरत हैं, जिनमें रायपुर जिला सहकारी केंद्रीय बैंक, रायपुर जिला सहकारी विपणन संघ, और 112 प्राथमिक कृषि साख सहकारी समितियां शामिल हैं। इन संस्थाओं ने धान विपणन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है और किसानों को विभिन्न सेवाएँ प्रदान करती हैं।

## 2. अध्ययन के उद्देश्य

इस शोध पत्र के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

1. रायपुर जिले में धान विपणन की वर्तमान संरचना का अध्ययन करना।
2. धान विपणन में सहकारी संघों की भूमिका का विश्लेषण करना।
3. सहकारी संघों द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं का मूल्यांकन करना।
4. किसानों के आर्थिक हित में सहकारी संघों के योगदान का आकलन करना।
5. धान विपणन प्रणाली में मौजूदा चुनौतियों की पहचान करना और सुधार के लिए सुझाव देना।

## 3. अध्ययन पद्धति

प्रस्तुत शोध प्राथमिक और द्वितीयक दोनों आंकड़ों पर आधारित है। प्राथमिक आंकड़े रायपुर जिले के विभिन्न ब्लॉकों से चयनित 200 किसानों, 25 सहकारी संस्थाओं के अधिकारियों, और 30 धान व्यापारियों के साक्षात्कार और प्रश्नावली के माध्यम से एकत्र किए जाते हैं। द्वितीयक आंकड़े जिला सहकारी बैंक, राज्य सहकारी विपणन संघ, कृषि विभाग, और अन्य संबंधित संस्थाओं से प्राप्त किए जाते हैं। अध्ययन 2010 से 2013 की अवधि को कवर करता है।

## 4. अध्ययन के परिणाम एवं विश्लेषण

### धान विपणन के विभिन्न चैनलों का योगदान

रायपुर जिले में धान विपणन के विभिन्न चैनलों के माध्यम से बेची गई धान का प्रतिशत निम्नलिखित तालिका में दिखाया जाता है:

**तालिका 1: रायपुर जिले में धान विपणन के विभिन्न चैनलों का योगदान (2012-13)**

| विपणन चैनल         | बेची गई धान (मीट्रिक टन) | कुल उत्पादन का प्रतिशत |
|--------------------|--------------------------|------------------------|
| सरकारी खरीद केंद्र | 3,20,000                 | 62%                    |
| निजी व्यापारी      | 1,56,000                 | 30%                    |
| चावल मिलें         | 41,600                   | 8%                     |
| <b>कुल</b>         | <b>5,17,600</b>          | <b>100%</b>            |

स्रोत: क्षेत्र सर्वेक्षण और जिला कृषि विभाग, रायपुर (2013)

तालिका 1 से स्पष्ट है कि वर्ष 2012-13 में रायपुर जिले में धान विपणन में सरकारी खरीद केंद्रों का महत्वपूर्ण योगदान देखा गया, जहां कुल 5,17,600 मीट्रिक टन में से 3,20,000 मीट्रिक टन (62%) धान खरीदी गई। निजी व्यापारियों ने 1,56,000 मीट्रिक टन (30%) की खरीद की, जो दर्शाता है कि वे भी विपणन प्रणाली में एक प्रमुख भूमिका निभाते हैं। चावल मिलों का योगदान 41,600 मीट्रिक टन (8%) था, जो तुलनात्मक रूप से कम है। यह वितरण सरकारी खरीद की प्रभावशीलता और निजी बाजार की प्रतिस्पर्धा को दर्शाता है।

### किसानों की आय पर प्रभाव

अध्ययन से पता चलता है कि सहकारी संघों के माध्यम से धान बेचने वाले किसान निजी व्यापारियों को बेचने वाले किसानों की तुलना में अधिक आय प्राप्त करते हैं। निम्नलिखित तालिका इस अंतर को दर्शाती है:

तालिका 2: विभिन्न विपणन चैनलों के माध्यम से बेची गई धान के औसत मूल्य (2012-13)

| विपणन चैनल    | औसत मूल्य (रु./किंटल) | MSP से अंतर |
|---------------|-----------------------|-------------|
| सहकारी संघ    | 1,280                 | 30          |
| निजी व्यापारी | 1,210                 | -40         |
| चावल मिलें    | 1,250                 | 0           |

स्रोत: क्षेत्र सर्वेक्षण (2013)

नोट: 2012-13 के लिए धान का MSP 1,250 रुपये प्रति किंटल है

तालिका 2 से स्पष्ट है कि वर्ष 2012-13 में रायपुर जिले में विभिन्न विपणन चैनलों के माध्यम से बेची गई धान के औसत मूल्य में उल्लेखनीय अंतर देखा गया। सहकारी संघ ने 1,280 रु./किंटल का औसत मूल्य दिया, जो न्यूनतम समर्थन मूल्य (MSP) से 30 रु. अधिक था, दर्शाता है कि किसानों को यहां बेहतर लाभ मिला। निजी व्यापारियों ने 1,210 रु./किंटल पर धान खरीदी, जो MSP से 40 रु. कम था, जिससे किसानों को नुकसान हुआ। चावल मिलों का औसत मूल्य 1,250 रु./किंटल MSP के बराबर था, जो स्थिरता का संकेत है।

### किसानों की विभिन्न श्रेणियों का विपणन चैनल चयन

अध्ययन से यह भी पता चलता है कि विभिन्न श्रेणियों के किसान विभिन्न विपणन चैनलों का चयन करते हैं। निम्नलिखित तालिका इस प्रवृत्ति को दर्शाती है:

तालिका 3: किसानों की श्रेणी के अनुसार विपणन चैनल का चयन (2012-13)

| किसानों की श्रेणी     | सहकारी संघ (%) | निजी व्यापारी (%) | चावल मिलें (%) |
|-----------------------|----------------|-------------------|----------------|
| सीमांत (< 1 हेक्टेयर) | 45             | 52                | 3              |
| छोटे (1-2 हेक्टेयर)   | 65             | 30                | 5              |
| मध्यम (2-4 हेक्टेयर)  | 75             | 15                | 10             |
| बड़े (> 4 हेक्टेयर)   | 85             | 5                 | 10             |

स्रोत: क्षेत्र सर्वेक्षण (2013)

तालिका 3 से पता चलता है कि वर्ष 2012-13 में रायपुर जिले में किसानों की श्रेणी के अनुसार विपणन चैनल के चयन में स्पष्ट भिन्नता देखी गई। बड़े किसानों (> 4 हेक्टेयर) में 85% ने सहकारी संघ को प्राथमिकता दी, जो सुरक्षित मूल्य का संकेत है, जबकि सीमांत किसानों (< 1 हेक्टेयर) में केवल 45% ने सहकारी संघ चुना, और 52% निजी व्यापारियों पर निर्भर रहे, जो त्वरित नकदी की जरूरत दर्शाता है। मध्यम और छोटे किसानों में क्रमशः 75% और 65% ने सहकारी संघ का चयन किया। चावल मिलों का उपयोग सभी श्रेणियों में सीमित (3-10%) रहा।

### सहकारी संघों की सेवाओं का उपयोग

किसानों द्वारा सहकारी संघों की विभिन्न सेवाओं के उपयोग का विश्लेषण निम्नलिखित तालिका में दिखाया जाता है:

**तालिका 4: किसानों द्वारा सहकारी संघों की सेवाओं का उपयोग (2012-13)**

| सेवा          | उपयोग करने वाले किसानों का प्रतिशत |
|---------------|------------------------------------|
| विपणन         | 68%                                |
| ऋण            | 72%                                |
| भंडारण        | 45%                                |
| परिवहन        | 38%                                |
| तकनीकी सहायता | 32%                                |

स्रोत: क्षेत्र सर्वेक्षण (2013)

तालिका 4 से पता चलता है कि वर्ष 2012-13 में रायपुर जिले में सहकारी संघों की सेवाओं का उपयोग किसानों द्वारा भिन्न-भिन्न आवश्यकताओं के आधार पर किया गया। ऋण सुविधा का उपयोग 72% किसानों ने किया, जो वित्तीय जरूरतों में सहकारी संघों की महत्ता को दर्शाता है। विपणन सेवा 68% किसानों द्वारा उपयोग की गई, जो उत्पाद की बेहतर कीमत सुनिश्चित करने की आवश्यकता दर्शाता है। भंडारण (45%) और परिवहन (38%) सेवाओं का उपयोग अपेक्षाकृत कम था, संभवतः सीमित संसाधनों के कारण। तकनीकी सहायता का उपयोग केवल 32% किसानों ने किया, जो जागरूकता की कमी का संकेत हो सकता है।

## 5. चर्चा

### सहकारी संघों की प्रभावशीलता

अध्ययन के परिणामों से स्पष्ट है कि रायपुर जिले में धान विपणन में सहकारी संघ महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वे न केवल कुल धान उत्पादन का एक बड़ा हिस्सा खरीदते हैं, बल्कि किसानों को उनकी उपज के लिए बेहतर मूल्य भी प्रदान करते हैं। सहकारी संघों के माध्यम से बेची गई धान का औसत मूल्य MSP से अधिक है, जो किसानों के लिए अतिरिक्त आय सुनिश्चित करता है। हालांकि, यह भी स्पष्ट है कि सहकारी संघों की सेवाओं तक पहुंच सभी किसानों के लिए समान नहीं है। बड़े और मध्यम किसान अधिक से अधिक सहकारी संघों का उपयोग करते हैं, जबकि सीमांत किसान, जो सबसे अधिक जरूरतमंद हैं, अधिकतर निजी व्यापारियों पर निर्भर रहते हैं। यह प्रवृत्ति चिंता का विषय है और इसे संबोधित करने की आवश्यकता है।

### चुनौतियां और समस्याएँ

अध्ययन से कई चुनौतियों और समस्याओं की पहचान होती है, जिनमें शामिल हैं:

1. **अपर्याप्त बुनियादी ढांचा:** कई सहकारी संघों के पास पर्याप्त भंडारण और परिवहन सुविधाएँ नहीं हैं, जिससे उनकी क्षमता सीमित होती है।
2. **वित्तीय बाधाएँ:** सहकारी संघों को अक्सर वित्तीय बाधाओं का सामना करना पड़ता है, जिससे उनकी परिचालन क्षमता प्रभावित होती है।
3. **प्रशासनिक चुनौतियाँ:** कई सहकारी संघ प्रशासनिक चुनौतियों, जैसे कुशल प्रबंधन की कमी, नौकरशाही हस्तक्षेप, और राजनीतिक हस्तक्षेप का सामना करते हैं (क्रेग, 1992)।
4. **तकनीकी पिछड़ापन:** कई सहकारी संघ अभी भी पुरानी तकनीकों और प्रक्रियाओं का उपयोग करते हैं, जो उनकी कार्यक्षमता को प्रभावित करता है।
5. **जागरूकता की कमी:** कई किसान अभी भी सहकारी संघों द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं और लाभों से अनजान हैं।

**तालिका 5: सहकारी संघों के समक्ष प्रमुख चुनौतियाँ (अधिकारियों के अनुसार)**

| चुनौती                   | उल्लेख करने वाले अधिकारियों का प्रतिशत |
|--------------------------|----------------------------------------|
| वित्तीय बाधाएँ           | 84%                                    |
| अपर्याप्त बुनियादी ढांचा | 76%                                    |
| प्रशासनिक समस्याएँ       | 68%                                    |
| तकनीकी पिछड़ापन          | 56%                                    |
| जागरूकता की कमी          | 48%                                    |

स्रोत: सहकारी संघों के अधिकारियों का सर्वेक्षण (2013)

तालिका 5 से पता चलता है कि सहकारी संघों के समक्ष वर्ष 2012-13 में कई महत्वपूर्ण चुनौतियाँ सामने आईं। वित्तीय बाधाएँ सबसे बड़ी समस्या थीं, जिन्हें 84% अधिकारियों ने उल्लेख किया, जो पूंजी की कमी और ऋण अदायगी में कठिनाई दर्शाता है। 76% अधिकारियों ने अपर्याप्त बुनियादी ढांचे को चुनौती माना, जो भंडारण और परिवहन जैसी सेवाओं को प्रभावित करता है। प्रशासनिक समस्याएँ 68% अधिकारियों द्वारा दर्ज की गईं, जो संचालन में जटिलता दर्शाती हैं। तकनीकी पिछड़ापन (56%) और जागरूकता की कमी (48%) भी संघों की कार्यक्षमता को सीमित कर रही थीं।

## 6. सुझाव और सिफारिशें

अध्ययन के परिणामों के आधार पर, निम्नलिखित सुझाव और सिफारिशें दी जाती हैं:

1. **बुनियादी ढांचे का विकास:** सहकारी संघों को अपने बुनियादी ढांचे, विशेष रूप से भंडारण और परिवहन सुविधाओं में निवेश करने की आवश्यकता है।
2. **वित्तीय सहायता:** सरकार को सहकारी संघों को अधिक वित्तीय सहायता प्रदान करनी चाहिए, विशेष रूप से उन्हें कम ब्याज दरों पर ऋण प्रदान करके।
3. **प्रशिक्षण और क्षमता निर्माण:** सहकारी संघों के अधिकारियों और कर्मचारियों के लिए नियमित प्रशिक्षण और क्षमता निर्माण कार्यक्रम आयोजित किए जाने चाहिए।
4. **तकनीकी उन्नयन:** सहकारी संघों को अपनी तकनीकों और प्रक्रियाओं को अपग्रेड करने की आवश्यकता है, जिसमें कंप्यूटरीकरण और ऑनलाइन विपणन शामिल है।
5. **जागरूकता अभियान:** किसानों के बीच सहकारी संघों के लाभों के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए अभियान चलाए जाने चाहिए, विशेष रूप से सीमांत किसानों के लिए।

## 7. निष्कर्ष

इस अध्ययन से रायपुर जिले में धान विपणन प्रणाली की वर्तमान संरचना और सहकारी संघों की भूमिका का स्पष्ट विश्लेषण सामने आता है। वर्ष 2012-13 में धान विपणन में सरकारी खरीद केंद्रों ने 62% हिस्सेदारी के साथ प्रमुख भूमिका निभाई, जबकि निजी व्यापारी (30%) और चावल मिलें (8%) का योगदान अपेक्षाकृत कम रहा। यह दर्शाता है कि सरकारी तंत्र किसानों को समर्थन प्रदान करने में सफल है, लेकिन निजी व्यापारियों की भी एक महत्वपूर्ण भूमिका बनी हुई है। धान विपणन में सहकारी संघों ने किसानों को न्यूनतम समर्थन मूल्य (MSP) से अधिक औसत मूल्य (1,280 रु./किंटल) प्रदान किया, जो आर्थिक रूप से लाभकारी रहा। इसके विपरीत, निजी व्यापारियों ने MSP से 40 रु. कम पर धान खरीदा, जिससे किसानों को नुकसान हुआ। यह अंतर दर्शाता है कि सहकारी संघ मूल्य स्थिरता सुनिश्चित करते हैं।

किसानों की श्रेणियों के आधार पर विपणन चैनल चयन में भिन्नता देखी गई। बड़े किसानों में 85% ने सहकारी संघों को प्राथमिकता दी, जबकि सीमांत किसानों में केवल 45% ही इन संघों से जुड़े। इसके विपरीत, सीमांत किसानों में 52% ने निजी व्यापारियों पर निर्भरता दिखाई, जो त्वरित नकदी की आवश्यकता का संकेत है। मध्यम (75%) और छोटे (65%) किसानों ने भी सहकारी संघों को प्राथमिकता दी। सहकारी संघों की सेवाओं का उपयोग भी विविध रहा। ऋण (72%) और विपणन (68%) प्रमुख सेवाएं थीं, जो आर्थिक स्थिरता में सहायक रहीं। भंडारण (45%) और परिवहन (38%) सेवाओं का सीमित उपयोग संघों की बुनियादी ढांचे की कमी को दर्शाता है। तकनीकी सहायता (32%) में जागरूकता की कमी एक बड़ी बाधा रही। हालांकि, सहकारी संघ कई चुनौतियों का सामना कर रहे हैं। वित्तीय बाधाएँ (84%), बुनियादी ढांचे की कमी (76%), प्रशासनिक समस्याएँ (68%), और तकनीकी पिछड़ापन (56%) प्रमुख मुद्दे हैं। इन समस्याओं को हल करके ही विपणन प्रणाली में सुधार लाया जा सकता है। इस अध्ययन से यह स्पष्ट है कि सहकारी संघों को सशक्त बनाना और सीमांत किसानों की भागीदारी बढ़ाना आवश्यक है ताकि धान विपणन प्रणाली अधिक समावेशी और लाभकारी बन सके।

### संदर्भ

1. कृषि पुनर्वित्त और विकास निगम। (1976)। *सहकारी ऋण संस्थानों के एकीकरण पर समिति की रिपोर्ट* (अध्यक्ष: आर.के. हजारी)। बॉम्बे।
2. आनंदराम, के. एस. (1996)। श्री गणेश सहकारी स्पिनिंग मिल्स लिमिटेड: एक सफल सहकारी संस्था। राजगोपालन (संपा.), *रीडिस्कवरिंग कोऑपरेशन* (खंड 3) में। इंस्टीट्यूट ऑफ रूरल मैनेजमेंट, आनंद।
3. आप्टे, डी. पी. (1996)। पश्चिमी महाराष्ट्र में शुगर कोऑपरेटिव्स: सफलता/विफलता के कारण। *भारतीय कृषि अर्थशास्त्र पत्रिका*, 51(4)।
4. आप्टे, डी. पी., & सेटी, एस. एस. (1996)। ग्रामीण रोजगार सृजन: महाराष्ट्र में सफल सहकारी स्पिनिंग मिल्स का अनुभव। राजगोपालन (संपा.), *रीडिस्कवरिंग कोऑपरेशन* (खंड 3) में। इंस्टीट्यूट ऑफ रूरल मैनेजमेंट, आनंद।
5. अरोड़ा, वी. पी. एस., & भोपाल, टी. एस. (1996)। उत्तर-पश्चिम उत्तर प्रदेश में एकीकृत दूध सहकारी समितियां: संगठन, कार्यप्रणाली और प्रदर्शन। *भारतीय कृषि अर्थशास्त्र पत्रिका*, 51(4)।
6. ऐटवुड, डी. डब्ल्यू., & बविस्कर, बी. एस. (1987)। कुछ सहकारी समितियां क्यों सफल होती हैं और कुछ क्यों नहीं? भारत में शुगर कोऑपरेटिव्स का तुलनात्मक विश्लेषण। *इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली*, 22(6), A-38-A-56।
7. ऐटवुड, डी. डब्ल्यू., & बविस्कर, बी. एस. (1988)। *कौन साझेदारी करता है: सहकारी समितियां और ग्रामीण विकास*। ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
8. ऐटवुड, डी. डब्ल्यू. (1993)। *रेजिंग केन: वेस्टर्न इंडिया में चीनी का राजनीतिक अर्थशास्त्र*। ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
9. बंधोपाध्याय, एस. (1996)। एक सहकारी संस्था के प्रदर्शन का मूल्यांकन। *भारतीय कृषि अर्थशास्त्र पत्रिका*, 51(4)।
10. बविस्कर, बी. एस. (1980)। *विकास की राजनीति: ग्रामीण महाराष्ट्र में शुगर सहकारी समितियां*। ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
11. कैडलर, डब्ल्यू., & कुमार, एन. (1998)। *इंडिया: द डेयरी रेवोल्यूशन*। द वर्ल्ड बैंक।
12. चड्ढा, जी. के., & शर्मा, एच. आर. (1996)। पहाड़ों में भी सहकारी समितियां सफल होती हैं: भुट्टी वीवर्स सोसायटी, कुल्लू का मामला। *भारतीय कृषि अर्थशास्त्र पत्रिका*, 51(4)।
13. सहकारी पहल पैनल। (1996)। *भारत में सहकारिता की स्थिति (सहकारी वर्ष 1995-96)*। आईआरएमए कैपस, आनंद।
14. क्रेग, जे. जी. (1980)। *सहकारी संगठनों का प्रबंधन, सहकारी भविष्य दिशा परियोजना* (कार्यपत्र संख्या 4)। द कोऑपरेटिव कॉलेज ऑफ कनाडा, सास्काटून, सस्केचेवान, कनाडा।
15. क्रेग, जे. जी. (1992)। 21वीं सदी में भारतीय सहकारी समितियां: नौकरशाही के बंधन को तोड़ना। *ग्रामीण सहकारी समितियों के शासन और प्रबंधन पर छह विशिष्ट व्याख्यान* (ग्रामीण सहकारी प्रबंधन पर संगोष्ठी, 7-11 दिसंबर, 1992) में। इंस्टीट्यूट ऑफ रूरल मैनेजमेंट, आनंद।
16. दत्ता, एस. के. (1996)। भविष्य की मत्स्य सहकारी समितियों के लिए रणनीतियां। राजगोपालन (संपा.), *रीडिस्कवरिंग कोऑपरेशन* (खंड 2) में। इंस्टीट्यूट ऑफ रूरल मैनेजमेंट, आनंद।

17. इर्नबॉस, एम., & नायर, के. एन. (संपा.)। (1990)। *संसाधन, संस्थान और रणनीतियां: ऑपरेशन फ्लड और भारतीय दुग्ध उत्पादन/ सेज पब्लिकेशन*।
18. इर्नबॉस, एम., नायर, के. एन., & अन्य। (1990)। *डेयरी सहायता और विकास: भारत का ऑपरेशन फ्लड/ सेज पब्लिकेशन*।
19. दोषी, आर. आर. (1996)। कोल्हापुर जिले की शुगर सहकारी समितियों के वित्तीय कार्य: एक लेखा विश्लेषण। *भारतीय कृषि अर्थशास्त्र पत्रिका*, 51(4)।