

## जनपद कुशीनगर के ग्रामीण विकास स्तर में विपणन केन्द्रों की भूमिका

अरविन्द कुमार

शोध छात्र, भूगोल विभाग

बुद्ध स्नातकोत्तर महाविद्यालय, कुशीनगर

Email: [arvinddu1984@gmail.com](mailto:arvinddu1984@gmail.com)

### सारांश

भारत आज एक ऐसे खास बिन्दु पर खड़ा है, जहाँ देश के 1.30 अरब नागरिकों की आकांक्षाएं पूरी करने के लिये प्रौद्योगिकी का अधिक समग्र इस्तेमाल करने की आवश्यकता है। प्रत्येक नागरिक की दहलीज पर सरकारी सेवाओं की पहुँच सुनिश्चित करने और एक दीर्घावधि विकासात्मक प्रभाव पैदा करने के लिये यह जरूरी है कि डिजिटल समर्थ और डिजिटल असमर्थ के बीच अन्तराल (यानी डिजिटल अन्तराल) दूर किया जाय।

भारत में करीब 6.5 लाख गांव हैं जो कुल आबादी के 72 प्रतिशत हिस्से का प्रतिनिधित्व करते हैं। देश में ग्रामीण जन समुदाय को भारतीय समाज का केन्द्र समझा जाता है और यह वास्तविक भारत का भी प्रतिनिधित्व करता है। ग्रामीण विकास सम्बन्धी प्रमुख कार्यनीति में गरीबी, उपशमन, आजीविका के बेहतर अवसरों, बुनियादी सुविधाओं के प्रावधान और दिहाड़ी एवं स्वरोजगार के नवीन कार्यक्रमों के जरिए ढांचागत सुविधाएँ प्रदान करने आदि पर ध्यान केंद्रित किया जाता है। यह महसूस किया गया कि खराब सार्वजनिक सेवाओं, बेरोजगारी, आवास, अपराध और हिंसा, स्वास्थ्य सबके लिये, शिक्षा आदि चुनौतियों का सामना आईसीटी एप्लीकेशंस के व्यापक इस्तेमाल के जरिए सफलतापूर्वक किया जा सकता है।

**मुख्य शब्द:** दीर्घावधि, उपशमन, अवस्थापनात्मक, विकासखण्ड, प्रतिस्पर्धा, बाजार, नवाचार।

### प्रस्तावना

ग्रामीण जनसंख्या वाले हमारे देश में गाँवों के चहुँमुखी विकास हेतु न केवल आवश्यक संसाधन एवं नये-नये कार्यक्रमों को तरजीह दी गयी है। बल्कि वित्तीय आवंटन में भी वर्ष पर्याप्त वृद्धि की गयी है। ग्रामीण विकास कार्यक्रम के अन्तर्गत सन् 1952 में सामुदायिक विकास कार्यक्रम का सूत्रपात किया, जिसका प्रमुख उद्देश्य जनता एवं शासन के सहयोग से संसाधनों का समुचित विकास करना तथा आर्थिक स्थितियों को सुदृढ़ करना व कृषि के विकास के साथ ही उद्योगों के विकास पर जोर दिया गया।

1958 में इसे 'राष्ट्रीय प्रसार सेवा' के रूप में विकसित किया गया। इसका मुख्य लक्ष्य अवस्थापनात्मक सुविधाओं का जाल विकसित करना था। सन् 1959 में महात्मा गांधी के विचारों

के फलस्वरूप 'पंचायती' राज की स्थापना की गयी। जिसमें ग्रामीण विकास की मूल धारण कृषि का विकास महत्वपूर्ण पक्ष था। इस उद्देश्य की प्राप्ति हेतु 'हरित क्रान्ति', अधिक अन्य उपजाऊ, योजना, सघन कृषि कार्यक्रम आदि।

### अध्ययन क्षेत्र का परिचय

हिमालय की तराई वाले क्षेत्र में स्थित कुशीनगर का इतिहास अत्यन्त ही प्राचीन व गौरवशाली है वर्ष 1876 ई0 में अंग्रेज पुरातत्त्वविद् एकनिंघम ने आज के कुशीनगर की खोज की थी खुदाई में छठी शताब्दी की बनी भगवान बुद्ध की लेटी प्रतिमा मिली थी इसके अलावा रामाभार स्तूप और माथाकुंवर मंदिर भी खोजे गए थे बाल्मीकि रामायण के मुताबिक यह स्थान त्रेतायुग में भी आबाद था और यहाँ मर्यादा पुरुषोत्तम भगवान राम के पुत्र कुश की राजधानी थी जिसके चलते इसे कुशावती के नाम से जाना गया पालि साहित्य के ग्रन्थ त्रिपिटक के मुताबिक काल में यह स्थान षोडश महाजनपदों में से एक था मल्ल राजाओं की यह स्थान षोडश की राजधानी तब कुशीनारा के नाम से जानी जाती थी पॉचवी शताब्दी के अंत तक या छठी शताब्दी की शुरुआत में यहाँ भगवान बुद्ध का आगमन हुआ था कुशीनगर में ही उन्होंने अपना अंतिम उपदेश देने के बाद महापरिनिर्वाण को प्राप्त किया था।

### अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन विपणन केन्द्र और ग्रामीण विकास अध्ययन प्रस्तुत क्षेत्र के सन्दर्भ में ग्रामीण विकास में विपणन केन्द्रों की भूमिका से सम्बन्धित है। वहीं इन शोध कार्यों के माध्यम से इनके विपणन और ग्रामीण विकास के लिए संचालित विभिन्न पदानुक्रम द्वारा किये गये विभिन्न प्रयासों का आंकलन एवं मूल्यांकन पर विकास के नवीन योजनाओं एवं कार्यक्रमों को रेखांकित किया जा सकता है। इन आधारभूत लक्ष्य के सिद्धि के लिए निम्नलिखित पहलुओं का अध्ययन किया गया है, जो अध्ययन के उद्देश्य है –

1. अध्ययन क्षेत्र के भौगोलिक पृष्ठभूमि के सन्दर्भ में विपणन केन्द्रों के स्थानिक प्रतिरूप का अध्ययन।
2. विपणन केन्द्रों की आवर्तिता का अध्ययन करना।
3. क्रेता-विक्रेता व्यवहार और विपणन तन्त्र की पहचान करना।
4. विपणन केन्द्रों के कार्य और क्षेत्रीय अर्थतन्त्र के बीच अन्तर्सम्बन्ध का अध्ययन करना।
5. ग्रामीण विकास में विपणन केन्द्रों की भूमिका का अध्ययन करना।

### परिकल्पनायें

प्रस्तुत शोध अध्ययन में उपर्युक्त उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए निम्नलिखित परिकल्पनायें पृष्ठ हुई हैं –

1. विपणन केन्द्रों की आवर्तिता में वृद्धि से संसाधनों के उपयोग में गतिशीलता आती है।
2. विपणन केन्द्र की केन्द्रीय स्थिति होने के कारण ये केन्द्र समीपवर्ती क्षेत्रों में सेवा केन्द्र के रूप में भी कार्य करते हैं।

3. विपणन केन्द्र क्षेत्रीय उत्पादन तन्त्र को परिवर्तित करके उत्पादनों को बाजारोन्मुख बनाते हैं।
4. ग्रामीण विकास विपणन केन्द्रों की श्रृंखलाबद्धता और प्रतिपूरक सम्बन्ध पर निर्भर होता है।

### अध्ययन क्षेत्र में चयन का आधार

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात देश में नगरीयकरण की प्रवृत्ति में वृद्धि ने नगरों की जनसंख्या को बढ़ाने में अधिक योगदान किया है। उद्योगों की स्थापना एवं रोजगार की वृद्धि ने ग्रामीण क्षेत्र से नगरों की ओर स्थानांतरण को प्रोत्साहित किया है, परिणाम स्वरूप कुछ नगरों की जनसंख्या में अप्रत्याशित वृद्धि अंकित की गयी है।

### शोध प्रारूप

शोध के उद्देश्यों के आधार पर विभिन्न पक्षों को उद्घाटित करने के लिए तथा शोध प्रारूप या अभिकल्प का चयन आदि आवश्यक होता है। प्रस्तुत शोध के उद्देश्य तथा प्रकृति को ध्यान में रखते हुए अन्वेषणात्मक एवं वर्णनात्मक दोनों शोध प्रारूपों में सन्निहित गुणों एवं विशेषताओं को अपनाते हुए अध्ययन को पूर्ण किया गया है। इस चयनित शोध प्रारूप के आधार पर प्रस्तुत शोध निम्नलिखित 10 चरणों में पूर्ण किया गया है –

1. समस्या का चुनाव
2. शोध के उद्देश्यों का प्रतिपादन
3. सम्बन्धित साहित्य का अध्ययन
4. परिकल्पना का निर्माण
5. आँकड़ा संकलन की प्रविधियों का चुनाव
6. उपर्युक्त प्रश्नावली तथा सूचना क्षमताओं का चुनाव
7. अनुभाविक सर्वेक्षण द्वारा आँकड़ा संकलन एवं उसकी जाँच
8. उपर्युक्त अध्ययन विधि का चुनाव
9. आँकड़ा एवं तथ्यों का विश्लेषण
10. रिपोर्ट का प्रस्तुतिकरण।

### आँकड़ा स्रोत एवं विधितंत्र

प्रस्तुत अध्ययन के लिये आवश्यक सूचनायें और सन्दर्भ निम्नलिखित स्रोतों से प्राप्त की गयी हैं। इसके अन्तर्गत विपणन तन्त्र और उनके प्रभाव क्षेत्र में स्थिति कृषकों से सम्बन्धित प्राथमिक सूचनायें प्रश्नावली द्वारा प्राप्त की गयी है।

### क्रेता प्रश्नावली

इस प्रश्नावली के अन्तर्गत विपणन केन्द्रों पर जाकर क्रेताओं के विपणन व्यवहार और उनके सामाजिक आर्थिक पृष्ठभूमि से सम्बन्धित सूचनायें प्रतिदर्श के माध्यम से एकत्रित की गयी हैं।

### विक्रेता प्रश्नावली

इसके अन्तर्गत विपणन केन्द्रों के विक्रेताओं में विक्रय की जाने वाली वस्तुओं, उनको मँगाने का स्थान, परिवहन का साधन तथा विक्रेताओं के विपणन चक्र से सम्बन्धित सूचनायें प्राप्त की गयी है।

### उत्पादक प्रश्नावली

इसके अन्तर्गत विपणन केन्द्रों के प्रभाव क्षेत्र में स्थित ग्रामीण कृषकों की सामाजिक आर्थिक पृष्ठभूमि उनके विपणन व्यवहार से सम्बन्धित सूचनायें एकत्रित कर अध्ययन किया गया है।

### प्राथमिक आँकड़े का स्रोत

1. ग्राम स्तर पर आँकड़े प्राप्त करने के लिए ग्रामों की अधिकता के कारण प्रतिचयन विधि का सहारा लिया गया है।
2. क्षेत्र में 14 विकासखण्डों में से कम से कम दो ग्रामों का तथा कुछ तहसीलों (जिसमें गाँव की संख्या अधिक थी) का चयन किया गया।
3. गाँवों के चयन में यह ध्यान दिया गया है कि कुछ गाँव नगर के समीप के हो तथा कुछ दूरवर्ती हो।
4. गाँवों के प्रतिचयन के क्रमबद्ध प्रतिचयन विधि का उपयोग किया गया है।
5. गाँवों के चयन के लिए उत्तर-प्रदेश जनगणना निदेशालय द्वारा प्रकाशित एटलस का उपयोग किया गया, जिसमें विकास खण्डवार गाँवों की स्थिति का विवरण दिया गया है।
6. गाँवों के क्रमबद्ध प्रतिचयन के पश्चात् उद्देश्यानुसार प्रश्नावली का निर्माण किया गया है, जिसमें बन्द तथा खुली प्रश्नावली के गुण समाहित किये गये।
7. इसके बाद चयनित परिवारों के मुखिया से उनके सामाजिक आर्थिक स्थिति तथा उनसे सम्बन्धित समस्याओं की जानकारी प्रश्नावली द्वारा पूछ कर ली गयी। इसके साथ ही साथ उस गाँव का विपणन केन्द्रों का भी सर्वेक्षण किया गया है।
8. आँकड़े एकत्र करने के पश्चात् आंकड़ों का सारणीयन एवं वर्गीकरण किया गया, जिसमें विविध सांख्यिकीय तकनीकों का उपयोग किया गया।
9. इसके पश्चात् आंकड़ों तथा मानचित्रों का विश्लेषण किया गया तथा प्राप्त निष्कर्षों का विवरण दिया गया है।

क्षेत्र सर्वेक्षण एवं द्वितीय स्रोतों से प्राप्त आंकड़ों के विश्लेषण व व्याख्या हेतु विभिन्न सांख्यिकीय एवं गणितीय प्रविधियों के द्वारा आंकड़ों का परिकल्पना किया गया है, जैसे—

1. सर्वेक्षित गाँवों का अध्ययन या माध्य के परिकलन में निम्न गणितीय सूत्र का उपयोग किया गया।

$$x = \frac{x_1 + x_2 + x_3 \dots \dots + x_n}{n}$$

$X$  = Avarage/Mean

$X_i$  = Observations

$n$  = Number of Observation

2. प्रतिशत ज्ञात करने हेतु निम्नलिखित सूत्र का प्रयोग किया गया है –

$$P = \frac{T \times 100}{n}$$

$P$  = Percentage

$n$  = Total units

$T$  = No. of units for which % to be calculated

100 = Constant value

3. प्रति इकाई जनसंख्या या प्रति इकाई क्षेत्रफल के सन्दर्भ में आंकड़ों के परिकलन में निम्न सूत्र का उपयोग किया गया है –

$$Nu = \frac{X \times n}{P}$$

$$Nu = \frac{Y \times n}{A}$$

$P$  = Total population

$X$  = Project/unit of population

$n$  = Second variable

$A$  = Total area

$Y$  = Project/ unit of area

$Nu$  = Number of unit on projected population of area

**द्वितीयक आँकड़ों** के अन्तर्गत क्षेत्र की भौगोलिक पृष्ठभूमि जनसंख्या, मानव अधिवास, कृषि जोत आदि से सम्बन्धित सूचनायें विभिन्न प्रकाशित स्रोतों और सरकारी अभिलेखों से एकत्रित किया गया है। विपणन और ग्रामीण विकास के अध्ययन से सम्बन्धित उपरोक्त सूचनाओं के आधार पर सम्पूर्ण अध्ययन कार्य को भौगोलिक शोध में प्रचलित आँकड़ों के संकलन वर्गीकरण और विश्लेषण तथा मानचित्रण की विधियों का प्रयोग करके पूरा किया गया है। सम्पूर्ण अध्ययन कार्य को निम्न क्रम में पूर्ण किया गया है।

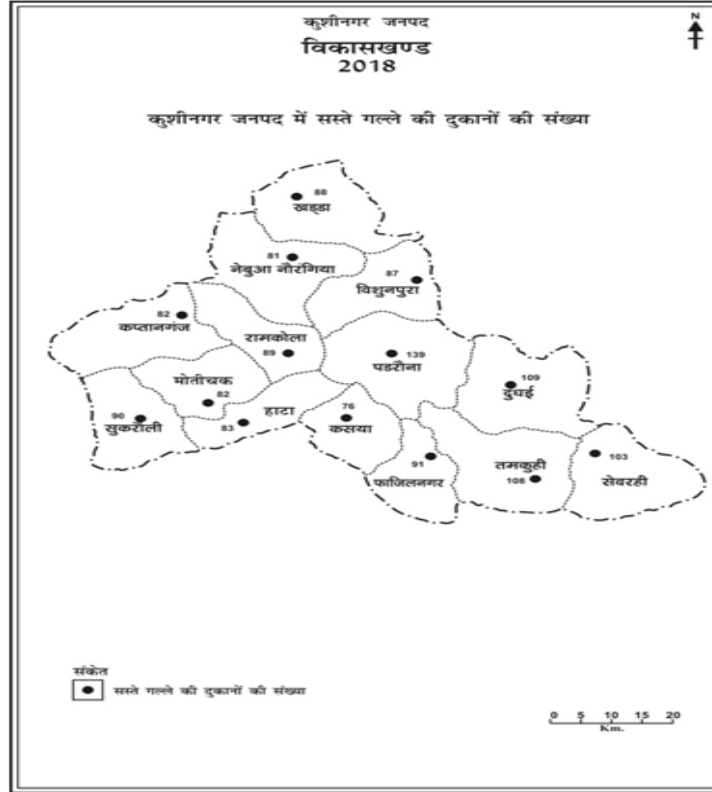
1. संकल्पनात्मक विश्लेषण के पश्चात् अध्ययन क्षेत्र की विभिन्न भौगोलिक विशेषताओं का अध्ययन आँकड़ों और मानचित्रों की सहायता से हुआ है।
2. अध्ययन क्षेत्र में दैनिक और आवर्ती विपणन केन्द्रों के वितरण प्रतिरूप और भूकालिक स्वरूप का अध्ययन आरेखीय एवं मानचित्रिय विधि से किया गया है।

3. विपणन व्यवहार के अन्तर्गत क्रेता और विक्रेता व्यवहार और आकारिकी का अध्ययन लेखाचित्रों तथा आरेखों के माध्यम से हुआ है।
4. सम्पूर्ण अध्ययन कार्य को करने के बाद निष्कर्ष और नियोजन रूपरेखा प्रस्तुत किया गया है।

**तालिका : जनपद कुशीनगर में सस्ते गल्ले की दुकानों की संख्या**

क्र.	विकास खण्ड का नाम	सस्ते गल्ले की दुकानों की संख्या
1.	कस्तानगंज	82
2.	रामकोल	89
3.	मोतीचक	82
4.	सुकरौली	90
5.	हाटा	83
6.	खड़ख	88
7.	नेबुआ नौरंगिया	81
8.	विशुनपुरा	87
9.	पड़ौना	139
10.	कसया	76
11.	दुदही	109
12.	फाजिलनगर	91
13.	तमकुही	108
14.	रेघरही	103
	<b>योग ग्रामीण</b>	<b>1308</b>
	योग नगरीय	74
	<b>योग जनपद</b>	<b>1382</b>

स्रोत : जिल सांख्यिकी पत्रिका, 2017-18



### कुशीनगर जनपद में ग्रामीण गोदामों की संख्या

कुशीनगर जनपद में 14 विकासखण्डों में ग्रामीण गोदामों की संख्या अलग-अलग रूपों में पायी गयी है। जो विभिन्न सरकारी गोदामों का संख्या का सारणी के माध्यम से दर्शाने के प्रयास किया गया है –

#### 1. सहकारिता विभाग के अन्तर्गत ग्रामीण गोदाम

सहकारिता विभाग के अन्तर्गत 14 विकासखण्डों में विभिन्न प्रकार के सहकारिता विभाग पर ग्रामीण गोदामों की संख्या पायी गयी है। सन् 2017-18 के अनुसार कप्तानगंज में 10, रामकोला में 11, मोतीचक में 11, सुकरौली में 11, हाटा में 14, खड्डा में 10, नेबुआ नौरंगिया में 10, विशुनपुरा में 8, पडरौना में 15, कसया में 8, दुदही में 7, फाजिलनगर में 10, तमकुही में 11, सेवरही में 9 ग्रामीण गोदामों की संख्या पायी गयी है। इस प्रकार से देखा जाय तो सबसे अधिक 15 ग्रामीण गोदाम पडरौना में पाया गया है एवं सबसे कम ग्रामीण गोदाम 7 दुदही में पाया गया है।

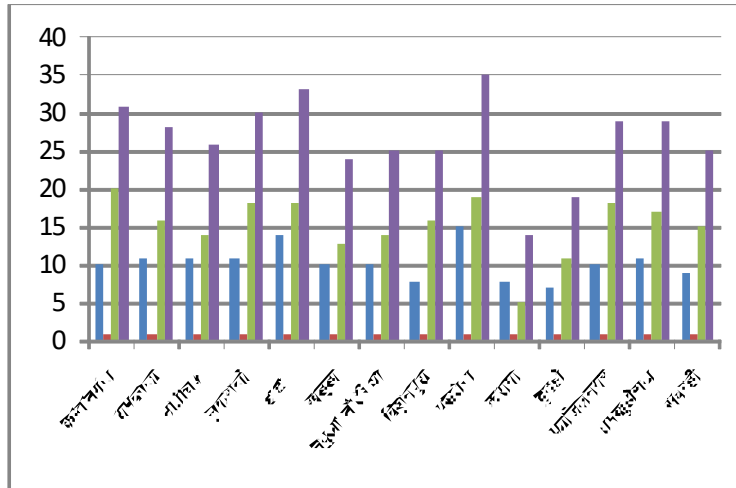
## 2. कृषि विभाग के अन्तर्गत ग्रामीण गोदाम

अध्ययन क्षेत्र कुशीनगर में पाया गया है कि कृषि विभाग के अन्तर्गत भी गोदाम है जो कुछ कम मात्रा में उपलब्ध है। सारणी से स्पष्ट हो जाता है कि कुशीनगर जनपद के सभी विकासखण्डों में एक समान ग्रामीण गोदामों की संख्या को दर्शाया गया है।

### अन्य विभाग के अन्तर्गत ग्रामीण गोदाम

अन्य विभाग के अन्तर्गत ग्रामीण गोदामों की संख्या बहुत ही ज्यादा है। इस प्रकार से कहा जा सकता है कि अध्ययन क्षेत्र में कप्तानगंज में 20, रामकोला में 16, मोतीचक 14, सुकरौली में 18, हाटा में 18, खड्डा में 13, नेबुआ नौरंगिया में 14, विष्णुपुरा में 16, पडरौना में 19, कसया में 5, दुदही में 11, फाजिलनगर में 18, तमकुही में 17 और सेवरही में 15, ग्रामीण गोदामों की संख्या पायी गयी है। इस प्रकार से कहा जा सकता है कि अध्ययन क्षेत्र में सबसे अधिक ग्रामीण गोदामों की संख्या 20 कप्तानगंज में पाया जाता है तथा सबसे कम ग्रामीण गोदाम कसया में 5 गोदाम पाये जाते हैं।

कुशीनगर में गोदामों की संख्या, 2017-18





तालिका : जनपद कुशीनगर में ग्रामीण गोदामों की संख्या (2017-18)

क्र.	वर्ष/विकासखण्ड	सहकारिता विभाग	कृषि विभाग	अन्य	कुल
1	कप्तानगंज	10	1	20	31
2	रामकोला	11	1	16	28
3	मोतीचक	11	1	14	26
4	सुकरौली	11	1	18	30
5	हाटा	14	1	18	33
6	खड्डा	10	1	13	24
7	नेबुआ नौरगिया	10	1	14	25
8	विशुनपुरा	8	1	16	25
9	पडरौना	15	1	19	35
10	कसया	8	1	5	14
11	दुदही	7	1	11	19
12	फाजिलनगर	10	1	18	29
13	तमकुही	11	1	17	29
14	सेवरही	9	1	15	25
	<b>योग ग्रामीण</b>	<b>145</b>	<b>14</b>	<b>214</b>	<b>373</b>
	<b>" नगरीय</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>" जनपद</b>	<b>145</b>	<b>14</b>	<b>214</b>	<b>373</b>

स्रोत : जिला सांख्यिकी पत्रिका, 2017-18

### विपणन केन्द्रों द्वारा कृषि प्रारूप में बढ़ोत्तरी

खेती-किसानी की अनदेखी के चलते ग्रामीण क्षेत्र का विकास भी रुका था और रसायनिक खादों, बीजों और कीटनाशकों की बढ़ती उपयोगिता से आज खेती की पैदावार विगत वर्षों से बढ़ती नजर आ रही है। इस प्रकार आज के युग में खेती करना लाभदायक बनती जा रही है। भारत सरकार ने फसल का समर्थन मूल्य मूल लागत से लगभग डेढ़ गुना समर्थन मूल्य कर दिया है। इस प्रकार सरकार की भी मंशा है कि भारत के किसानों की आमदनी 2020 तक दो गुनी कर दिया जाय।

हाल के वर्षों में ग्रामीण गैर कृषि क्षेत्र और ग्रामीण निर्माण विशेष रूप से परिवहन और सेवा क्षेत्र गाँवों में गैर-कृषि रोजगार का मुख्य स्रोत रहे हैं। आवंटन में वृद्धि से ग्रामीण गैर-कृषि क्षेत्र में व्यय पर सकारात्मक प्रभाव पड़ेगा, साथ ही ग्रामीण रोजगार भी बढ़ेगा। कृषि उन्नति योजना के लक्ष्य को हासिल करने के लिये निम्न प्रस्ताव दिये जा रहे हैं-

- (अ) मृदा स्वास्थ्य कार्ड और स्वास्थ्य, प्रबंधन।
- (ब) राज्यों के लिये जैविक मूल्य श्रृंखला।
- (स) जैविक खेती के विकास के लिये पारंपरिक कृषि विकास योजना।
- (द) समेकित कृषि विपणन परियोजना।
- (य) राष्ट्रीय कृषि एवं प्रौद्योगिकी मिशन (NMAEI)
- (र) राष्ट्रीय खाद्य सुरक्षा मिशन।

(ल) राष्ट्रीय सत्त कृषि मिशन।

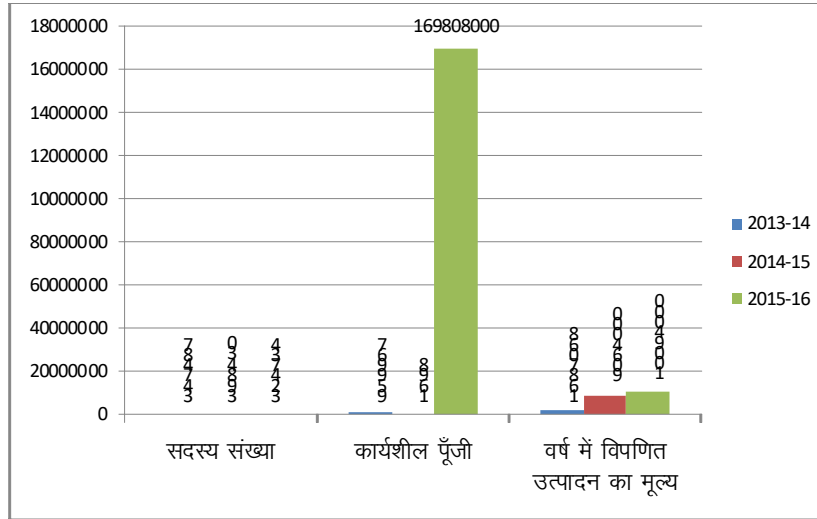
### कुशीनगर में गन्ना विपणन पद्धति

कुशीनगर में गन्ने की पद्धतियों को सारणी के माध्यम से समझाने का प्रयास किया गया है।

तालिका : गन्ने की विपणन पद्धतियाँ-

क्र.	मद	2013-14	2014-15	2015-16
(1)	संख्या	14	14	14
1.1	सदस्य संख्या	347487	398430	324734
1.2	कार्यशील पूँजी (000 ₹)	959967	1698	169808000
1.3	वर्ष में विपणित उत्पादन का मूल्य (000 ₹)	1687068	9064000	10094000

स्रोत : जिला सांख्यिकी पत्रिका, कुशीनगर, 2017-18



इस प्रकार से देखा जाय तो सत्र 2013-14 में सदस्य संख्या 347887 थी तथा यही 2014-15 में 398430 हो गयी तथा सत्र 2015-16 में यह संख्या घटकर 324734 रह गयी, इस प्रकार कार्यशील पूँजी की संख्या 2013-14 में 959967 रही तथा 2014-15 में 1698 घटकर हो गयी तथा 2015-16 में फिर बढ़कर 169808000 रह गयी, इस प्रकार से विपणित उत्पादन का मूल्य 2013-14 में 1687068 तथा 2014-15 में 9064000 और 2015-16 में 10094000 हो गयी।

### कुशीनगर जनपद में सरकारी समितियाँ

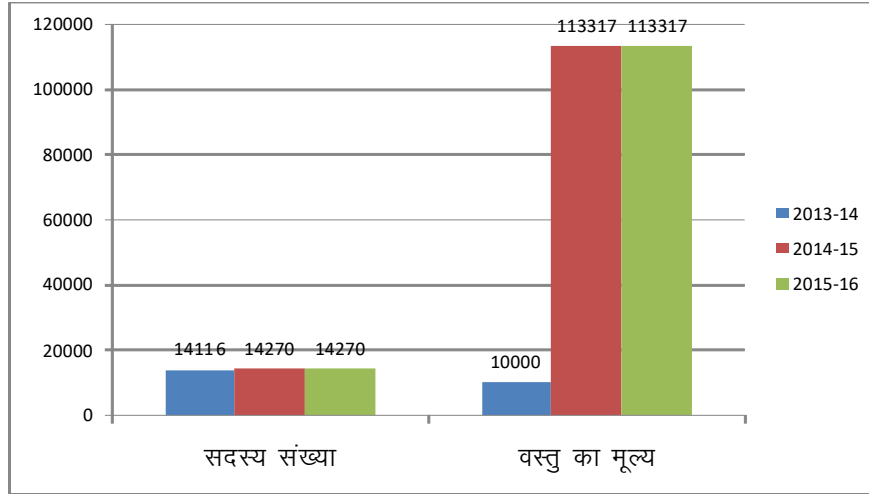
कुशीनगर में सहकारी समितियों को सारणी द्वारा दर्शाने का प्रयास किया गया है। इस प्रकार से दो प्रकार के समितियों का दर्शाया गया है। जिसमें पहला सहकारी समितियाँ क्रय विक्रय सहकारी समितियाँ है जिसमें सदस्य संख्या 2013-14 में 14116 दर्शाया गया है तथा

2014-15 में यह बढ़कर 14270 हो गयी इसी प्रकार से सत्र 2015-16 में यह यथावत रहा और 14270 पर बना रहा इस प्रकार से वर्ष लेन-देन की गई वस्तुओं का मूल्य जो 2013-14 में 10000 संख्या रही वही सत्र 2014-15 में 113317 रूपया रहा तथा 2015-16 में यथावत रहा है।

तालिका : कुशीनगर जनपद में सहकारी समितियां

क्र.	मद	2013-14	2014-15	2015-16
(1)	क्रय विक्रय सहकारी समितियां			
1.1	संख्या	6	6	6
1.2	सदस्य संख्या	14116	14270	14270
1.3	वर्ष में लेन-देन की गई वस्तुओं का मूल्य (000 रु0)	10000	113317	113317
(2)	संयुक्त कृषि समितियाँ			
2.1	संख्या	0	0	0
2.2	सदस्य संख्या	0	0	0
2.3	समिति के अन्तर्गत क्षेत्रफल	0	0	0

स्रोत : जिला सांख्यिकी पत्रिका, कुशीनगर, 2017-18



### दुग्ध उत्पादों की विपणन पद्धति

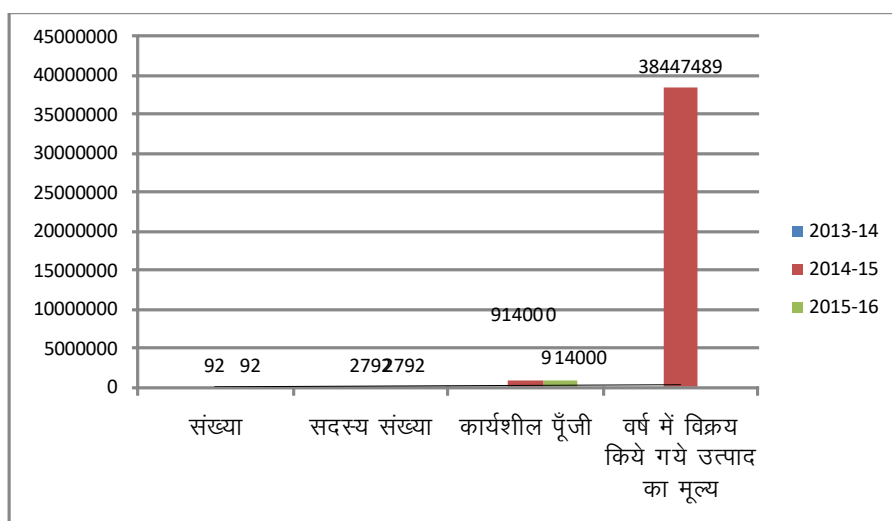
कुशीनगर जनपद में दुग्ध उत्पादन समितियों का विश्लेषण प्रस्तुत है। जो निम्नवत् सारणी के माध्यम से दर्शाने का प्रयास किया गया है। दुग्ध उत्पादन बढ़ाने के लिये अपनाये गए 'पैज कार्यक्रम' को श्वेत क्रान्ति के नाम से जाना जाता है। इस क्रान्ति का शुभारम्भ 1970 में हुई जब राष्ट्रीय डेरी विकास बोर्ड की स्थापना की गई। सहकारी समितियों के माध्यम से डेरी विकास कार्यक्रम सबसे पहले गुजरात में शुरू किया गया। दुग्ध उत्पादन में वृद्धि को 'आपरेशन प्लड'

भी कहा गया है। श्वेत क्रान्ति का जनक प्रो० वर्धीज कुरियन को माना जाता है।

तालिका : जनपद कुशीनगर में दुग्ध उत्पादन समितियाँ

क्र०सं०	मद	2013-14	2014-15	2015-16
(1)	प्रारम्भिक दुग्ध उत्पादन समितियाँ			
1.1	संख्या	110	92	92
1.2	सदस्य संख्या	4860	2792	2792
1.3	कार्यशील पूँजी 1000 रू० में	600	914000	914000
1.4	वर्ष में विक्रय किये गए उत्पादन का मूल्य (000 रू०)	3907	38447489	3847489

स्रोत : जिला सांख्यिकीय पत्रिका, कुशीनगर, 2017-18



दुग्ध उत्पादों की विपणन पद्धतियों को निम्नलिखित चरणों में विभाजित किया जा सकता है :

- (i) प्रथम चरण (1970-81)
- (ii) द्वितीय चरण (1981-85)
- (iii) तृतीय चरण (1985-2000)

अध्ययन क्षेत्र कुशीनगर में दुग्ध उत्पादों की विपणन पद्धति अभी भी पुराने ही विपणन केन्द्रों के आधार पर चलते हैं।

#### निष्कर्ष

विपणन का आशय उत्पादित वस्तुओं एवं सेवाओं के क्रय-विक्रय से है जिसमें कृषि वस्तुओं के उत्पादन से लगायत वितरण क्रियाओं तथा कृषि उद्योग सम्मिलित हैं। प्रारम्भ में विपणन का स्वरूप विनिमय पद्धति पर आधारित था। विपणन द्वारा कृषक उत्पादन अधिशेष को बाजार में ले जाकर विक्रय करता है तथा कम उत्पादन होने वाली वस्तुओं का क्रय करके अपने

मूलभूत आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। विपणन, ग्रामीण परिक्षेत्र में रोजगार का स्रोत उपलब्ध कराता है। ग्रामीण विपणन द्वारा लघु उद्योगों को कच्चे माल की माँग भी पूरी की जाती है। विपणन बढ़ती हुई जनसंख्या के लिये पर्याप्त मात्रा में खाद्य सामग्री उपलब्ध कराता है जिसे देश की बेरोजगारी की समस्या को काफी हद तक कम किया जा सकता है। अतः अन्त में यह कहा जा सकता है कि विपणन विकास में ग्रामीण विकास का होना तथा उनमें भी परिवहन अवागमन का बेहतर तालमेल का होना भी अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाने में योगदान देता है।

#### सन्दर्भ ग्रंथ

1. मित्तल संजीव (2017), "ग्रामीण भारत में ई-गवर्नेंस" कुरुक्षेत्र, Vol. 63, No. 10, P.5,6,7
2. सुनीता सांधी एवं साक्षी खुराना (2012), "बदलता ग्रामीण परिवेश और डिजिटल प्रौद्योगिकी", कुरुक्षेत्र, Vol. 63, No. 10, P. 20-21
3. कुमार, विरेन्द्र (2017), "ई-तकनीको का ग्रामीण विकास में योगदान", कुरुक्षेत्र, Vol. 63, No. 10, P. 41-42
4. सिंह, सरोज (2017), "महिला कामकारों की सामाजिक सुरक्षा" योजना, Vol. 63, No. 7, P. 43-44
5. नीतियाँ योजनाएँ एवं कार्यक्रम प्रथम संस्करण (2017), पृ० 28, 32
6. ग्रामीण विकास मंत्रालय भारत सरकार, (2018)
7. नीतियाँ, योजनाएँ एवं कार्यक्रम (2017-18), द्वितीय संस्करण, पृ० 111
8. पेयजल एवं स्वच्छता मंत्रालय भारत सरकार (2018)