

## शेतकरी उत्पादक कंपनीची

# शेतकऱ्यांच्या सामाजिक-आर्थिक विकासातील भूमिका

### संशोधक विद्यार्थी

ऋषिकेश सर्जेराव अंबुरे.

समाजशास्त्र विभाग.

### संशोधन मार्गदर्शक

डॉ. विठ्ठल भीमराव मातकर

सहाय्यक प्राध्यापक ,

समाजशास्त्र विभाग,

प्रमिलादेवी पाटील कला व विज्ञान महाविद्यालय,

नेकनुर, जि.बीड.

### गोषवारा

भारतातील शेतीक्षेत्रात अल्पभूधारक व सीमांत शेतकऱ्यांचे प्रमाण मोठे आहे. उत्पादन खर्चातील वाढ, बाजारभावातील चढउतार, मध्यस्थांवरील अवलंबित्व, साठवणूक व प्रक्रिया सुविधांची कमतरता आणि बाजारमाहितीचा अभाव यांमुळे शेतकऱ्यांना त्यांच्या उत्पादनाचा अपेक्षित मोबदला मिळण्यात अडचणी येतात. या पार्श्वभूमीवर शेतकरी उत्पादक कंपनी (Farmer Producer Company—FPC) ही सामूहिक कृतीवर आधारित महत्त्वाची संस्थात्मक व्यवस्था ठरते. शेतकरी एकत्र येऊन निविष्टांची सामूहिक खरेदी, उत्पादनाचे नियोजन, तांत्रिक मार्गदर्शन, सामूहिक विक्री, प्राथमिक प्रक्रिया, मूल्यवर्धन, साठवणूक आणि बाजारपेठेशी थेट जोडणी करू शकतात.

प्रस्तुत संशोधन पेपरमध्ये शेतकरी उत्पादक कंपनीचा शेतकऱ्यांच्या सामाजिक व आर्थिक विकासातील सहभाग समाजशास्त्रीय दृष्टिकोनातून स्पष्ट करण्यात आला आहे. अभ्यासासाठी दुय्यम साहित्य, शासकीय अहवाल, संस्थात्मक प्रकाशने व उपलब्ध संशोधनाचा उपयोग करण्यात आला आहे. सामाजिक पातळीवर सामूहिकता, नेतृत्व, निर्णयप्रक्रियेत सहभाग व संस्थात्मक जाणीव वाढण्यास FPC मदत करू शकते; तर आर्थिक पातळीवर बाजारपेठेतील प्रवेश, निविष्टा खर्चातील बचत, मूल्यवर्धन आणि सौदेबाजीची क्षमता वाढण्याच्या संधी निर्माण होतात. तथापि, व्यावसायिक व्यवस्थापनाचा अभाव, कार्यभांडवलाची कमतरता, सदस्यांचा अपुरा सहभाग आणि बाजारातील स्पर्धा ही प्रमुख आव्हाने आहेत.

### महत्त्वाचे शब्द

शेतकरी उत्पादक कंपनी, शेतकरी उत्पादक संघटना, सामाजिक विकास, आर्थिक विकास, सामूहिक कृती, कृषी बाजारपेठ, मूल्यसाखळी, शेतकरी सक्षमीकरण, ग्रामीण विकास.

## प्रस्तावना

भारतीय ग्रामीण समाजाच्या आर्थिक रचनेमध्ये कृषी क्षेत्राला मध्यवर्ती स्थान आहे. ग्रामीण कुटुंबांचे उत्पन्न, रोजगार, अन्नसुरक्षा आणि स्थानिक अर्थव्यवस्था कृषीशी जोडलेली आहे. परंतु लहान भूधारणा, वाढता उत्पादन खर्च, हवामानातील अनिश्चितता आणि बाजारातील अस्थिरता यांमुळे शेतकऱ्यांच्या आर्थिक स्थितीवर दबाव निर्माण होतो. स्वतंत्र शेतकऱ्याला मोठ्या प्रमाणावर माल खरेदी करणाऱ्या बाजारपेठांशी व्यवहार करताना अनेक मर्यादा येतात.

या परिस्थितीत शेतकऱ्यांचे संघटन करून त्यांच्या उत्पादनाची सामूहिक शक्ती निर्माण करण्याची गरज निर्माण झाली आहे. शेतकरी उत्पादक कंपनी ही अशा सामूहिकतेला व्यावसायिक स्वरूप देणारी संस्था आहे. ती शेतकऱ्यांना केवळ उत्पादनाशी जोडत नाही, तर निविष्ठा खरेदीपासून बाजारपेठेपर्यंतच्या संपूर्ण मूल्यसाखळीत सहभागी होण्याची संधी देते.

समाजशास्त्रीय दृष्टीने पाहिल्यास FPC ही ग्रामीण समाजातील सामाजिक भांडवल, परस्पर विश्वास, नेतृत्व आणि सामूहिक निर्णयप्रक्रिया मजबूत करणारी संस्था ठरू शकते. आर्थिक दृष्टीने ती उत्पादन खर्च कमी करणे, बाजारातील सौदेबाजीची क्षमता वाढविणे, मूल्यवर्धन आणि उत्पन्नाच्या संधी निर्माण करणे यासाठी उपयुक्त ठरते. त्यामुळे FPCचा अभ्यास सामाजिक आणि आर्थिक अशा दोन्ही परिमाणांत करणे आवश्यक आहे.

## संशोधन साहित्याचा आढावा

शेतकरी उत्पादक संस्थांवरील उपलब्ध साहित्यामध्ये सामूहिक विपणन, निविष्ठांची सामूहिक खरेदी, मूल्यवर्धन, बाजारपेठेतील प्रवेश आणि शेतकरी उत्पन्न या बाबींवर भर देण्यात आला आहे. NABARD, SFAC, कृषी मंत्रालय, NCDC तसेच विविध संशोधन संस्थांच्या साहित्यामधून उत्पादक संस्थांना लहान व सीमांत शेतकऱ्यांना संघटित करण्याचे प्रभावी माध्यम मानले जाते.

साहित्याच्या अभ्यासातून असे दिसून येते की FPCचा अभ्यास केवळ उत्पन्नवाढीपुरता मर्यादित न ठेवता सामाजिक सहभाग, नेतृत्व, संस्थात्मक विश्वास आणि बाजारातील सौदेबाजीची क्षमता या घटकांसह करणे आवश्यक आहे. उत्पादक संस्थेची परिणामकारकता तिच्या नोंदणीपेक्षा सदस्यांचा सक्रिय सहभाग, व्यवसायाचे स्वरूप, व्यवस्थापनाची गुणवत्ता, बाजारपेठेतील संबंध आणि वित्तीय शाश्वतता यावर अधिक अवलंबून असते.

## संशोधन पद्धती

प्रस्तुत अभ्यास वर्णनात्मक व विश्लेषणात्मक स्वरूपाचा आहे. शेतकरी उत्पादक कंपन्या, कृषी बाजारपेठ, ग्रामीण विकास आणि सामूहिक संस्थांशी संबंधित शासकीय अहवाल, संस्थात्मक प्रकाशने, पुस्तके व संशोधन लेख यांचा दुय्यम स्रोत म्हणून उपयोग करण्यात आला आहे. उपलब्ध तथ्यांचे सामाजिक, आर्थिक, शेतीव्यवस्थापन आणि बाजारव्यवस्थापन या निकषांनुसार वर्गीकरण करून विश्लेषण करण्यात आले आहे.

## संशोधनाची उद्दिष्टे

- १) शेतकरी उत्पादक कंपनीची संकल्पना व वैशिष्ट्ये स्पष्ट करणे.
- २) FPCमुळे शेतकऱ्यांच्या आर्थिक विकासावर होणाऱ्या परिणामांचा अभ्यास करणे.
- ३) सदस्य शेतकऱ्यांच्या सामाजिक स्थितीतील बदलांचा अभ्यास करणे.
- ४) शेती व्यवस्थापन व बाजार व्यवस्थापनातील FPCची भूमिका स्पष्ट करणे.
- ५) FPCसमोरील अडचणी आणि सुधारणा उपायांचा आढावा घेणे.

## शेतकरी उत्पादक कंपनी : संकल्पना व वैशिष्ट्ये

शेतकरी उत्पादक कंपनी ही उत्पादक सदस्यांच्या सामूहिक आर्थिक हितासाठी कार्य करणारी संस्था आहे. सदस्य स्वतः उत्पादक असल्याने उत्पादन आणि व्यवसाय व्यवस्थापन यांचा परस्पर संबंध राहतो. सामूहिक खरेदीमुळे निविष्टांच्या किंमतीत बचत होऊ शकते; सामूहिक विक्रीमुळे बाजारातील सौदेबाजीची क्षमता वाढू शकते; तर प्रक्रिया व मूल्यवर्धनामुळे उत्पादनाच्या अंतिम मूल्यामध्ये शेतकऱ्यांचा सहभाग वाढू शकतो.

FPCचे महत्त्व तिच्या सामूहिकतेमध्ये आहे. एकटा शेतकरी ज्या प्रमाणात बाजाराशी व्यवहार करू शकत नाही, त्या तुलनेत अनेक शेतकऱ्यांचे उत्पादन एकत्रित झाल्यास प्रमाणाचा फायदा मिळतो. यामुळे मोठ्या खरेदीदारांशी संपर्क, वाहतूक नियोजन, ग्रेडिंग, पॅकिंग आणि साठवणूक यांचे सामूहिक व्यवस्थापन शक्य होते.

## सामाजिक विकासातील भूमिका

FPC शेतकऱ्यांना सामूहिक कृतीसाठी संघटित करते. नियमित बैठका, प्रशिक्षण, सामूहिक खरेदी-विक्री आणि निर्णयप्रक्रियेमुळे सदस्यांमध्ये परस्पर सहकार्य, संस्थात्मक विश्वास आणि सहभाग वाढू शकतो. संचालक मंडळ व विविध व्यवसाय उपक्रमांमधून नेतृत्व, नियोजन आणि वाटाघाटीची कौशल्ये विकसित होतात.

महिलांचा आणि युवकांचा सहभाग वाढल्यास FPC ग्रामीण सामाजिक परिवर्तनाचे प्रभावी माध्यम ठरू शकते. विविध सामाजिक गटातील शेतकरी एकाच संस्थेत काम करू लागल्यास परस्पर संवाद वाढतो आणि सामूहिक हिताची जाणीव दृढ होते. या प्रक्रियेमुळे ग्रामीण समाजातील सामाजिक भांडवल वाढण्यास मदत होऊ शकते.

## आर्थिक विकासातील भूमिका

FPCचे आर्थिक महत्त्व सामूहिक उत्पादन व बाजारव्यवस्थापनात आहे. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन एकत्रित केल्यामुळे खरेदीदारांशी व्यवहार करण्याची क्षमता वाढते. निविष्टांची सामूहिक खरेदी, ग्रेडिंग, पॅकिंग, साठवणूक, प्राथमिक प्रक्रिया आणि थेट विक्री या माध्यमातून शेतकऱ्यांचा मूल्यहिस्सा वाढण्याची शक्यता असते.

कृषी-आधारित प्रक्रिया उद्योगांमुळे ग्रामीण भागात अतिरिक्त रोजगार व उत्पन्नाच्या संधीही निर्माण होऊ शकतात. शेतमालाचे कच्च्या स्वरूपात विक्री करण्याऐवजी प्रक्रिया, पॅकिंग व ब्रँडिंग केल्यास मूल्यसाखळीत अधिक मूल्य निर्माण होते. मात्र त्यासाठी कार्यभांडवल, तांत्रिक कौशल्य आणि बाजारपेठेचे योग्य नियोजन आवश्यक आहे.

## शेती व्यवस्थापनातील भूमिका

FPCच्या माध्यमातून सदस्यांना सुधारित शेती पद्धती, माती परीक्षण, पिक नियोजन, कीड व रोग व्यवस्थापन, हवामानविषयक माहिती आणि कृषी तंत्रज्ञान यांचे सामूहिक प्रशिक्षण देता येते. बाजाराच्या मागणीनुसार उत्पादन नियोजन केल्यास गुणवत्तेत सुधारणा आणि विक्रीच्या संधी वाढू शकतात.

सामूहिक पातळीवर कृषी यंत्रसामग्री, सेंद्रिय निविष्टा, बियाणे किंवा इतर उत्पादन साधनांचा वापर करण्याच्या संधी निर्माण होऊ शकतात. यामुळे लहान शेतकऱ्यांना स्वतंत्रपणे परवडत नसलेल्या काही सेवा सामूहिक पद्धतीने उपलब्ध होऊ शकतात.

## बाजार व्यवस्थापनातील भूमिका

कृषी बाजारपेठेत माहितीची विषमता ही शेतकऱ्यांसमोरील महत्त्वाची समस्या आहे. FPC बाजारभाव, मागणी, गुणवत्ता निकष आणि खरेदीदारांच्या अटी यांची माहिती सामूहिकरित्या मिळवू शकते. थेट खरेदीदारांशी संपर्क, सामूहिक विक्री, प्रक्रिया आणि डिजिटल बाजारव्यवस्थेचा वापर यामुळे मध्यस्थांवरील अवलंबित्व कमी करण्याची संधी निर्माण होते.

बाजार व्यवस्थापनात वेळेचे नियोजन, मालाचे वर्गीकरण, गुणवत्ता नियंत्रण, वाहतूक आणि देयक व्यवस्थापन महत्त्वाचे असते. FPCने या सर्व घटकांचे नियोजन केल्यास सदस्यांना अधिक व्यवस्थित बाजारसेवा मिळू शकते.

## संख्यात्मक तथ्यांचे विश्लेषण

भारतामध्ये उत्पादक संस्थांना प्रोत्साहन देण्यासाठी केंद्र व राज्य शासन तसेच विविध विकास संस्थांनी कार्यक्रम राबविले आहेत. 10,000 Farmer Producer Organisations या राष्ट्रीय उपक्रमामुळे FPO/FPC निर्मितीला संस्थात्मक गती मिळाली. तथापि, नोंदणीकृत संस्थांची संख्या आणि प्रत्यक्ष व्यवसाय करणाऱ्या, सदस्यांना नियमित सेवा देणाऱ्या संस्थांची संख्या यामध्ये फरक असू शकतो.

म्हणून FPCच्या यशाचे मूल्यांकन केवळ नोंदणीच्या संख्येवर न करता सदस्यसंख्या, उलाढाल, सामूहिक खरेदी-विक्री, मूल्यवर्धन, थेट बाजारपेठेतील सहभाग आणि सदस्यांच्या उत्पन्नातील बदल या निर्देशकांवर करणे आवश्यक आहे. क्षेत्रीय संशोधनात या निर्देशकांवर आधारित तुलनात्मक माहिती घेतल्यास FPCच्या वास्तविक परिणामांचे अधिक अचूक मोजमाप करता येईल.

## शेतकरी सक्षमीकरण

सामूहिक संस्थेच्या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात माल उपलब्ध झाल्यास खरेदीदारांशी किंमत, गुणवत्ता, वितरण आणि देयकाच्या अटीबाबत चर्चा करण्याची क्षमता वाढते. माहिती, संघटन आणि बाजारातील प्रवेश या तीन घटकांच्या एकत्रित परिणामामुळे शेतकऱ्यांची सौदेबाजीची क्षमता मजबूत होऊ शकते.

ही प्रक्रिया आर्थिक सक्षमीकरणाबरोबरच सामाजिक आत्मविश्वासासाठी चालना देते. शेतकरी स्वतःच्या उत्पादनाबाबत अधिक माहितीपूर्ण निर्णय घेऊ लागल्यास बाजारातील अवलंबित्व कमी करण्यास मदत होऊ शकते.

## सुधारणा उपाय

FPCच्या शाश्वत विकासासाठी व्यावसायिक व्यवस्थापन, पारदर्शक लेखा, नियमित लेखापरीक्षण, सदस्य शिक्षण, कार्यभांडवल आणि दीर्घकालीन बाजारसंबंध आवश्यक आहेत. कृषी विद्यापीठे, NABARD, SFAC, बँका, शासन विभाग आणि खासगी खरेदीदार यांच्यात समन्वय वाढविणे आवश्यक आहे.

प्रत्येक FPCने स्थानिक पिके, बाजारपेठ आणि सदस्यांची क्षमता लक्षात घेऊन व्यवहार्य व्यवसाय आराखडा तयार करणे आवश्यक आहे. सदस्यांच्या नियमित सहभागासाठी पारदर्शक लाभवाटप, माहितीचे नियमित संप्रेषण आणि प्रशिक्षण व्यवस्था विकसित करणे उपयुक्त ठरेल.

## निष्कर्ष

शेतकरी उत्पादक कंपनी ही शेतकऱ्यांच्या सामाजिक व आर्थिक विकासासाठी महत्त्वाची सामूहिक संस्था आहे. तिचे कार्य शेतमाल विक्रीपुरते मर्यादित नसून उत्पादन नियोजन, निविष्टा व्यवस्थापन, तंत्रज्ञान, मूल्यवर्धन, बाजारपेठ, वित्तीय व्यवहार आणि नेतृत्वविकास या सर्व क्षेत्रांशी जोडलेले आहे.

प्रभावी FPCमुळे शेतकऱ्यांची सामूहिक सौदेबाजीची क्षमता वाढू शकते, व्यवहार खर्च कमी होऊ शकतो आणि मूल्यसाखळीत त्यांचा सहभाग वाढू शकतो. मात्र FPCची नोंदणी ही अंतिम उद्दिष्ट नसून सदस्यांना सातत्याने सेवा देणारी, पारदर्शक आणि आर्थिकदृष्ट्या टिकणारी संस्था निर्माण करणे हे खरे उद्दिष्ट असावे.

भविष्यातील क्षेत्रीय संशोधनामध्ये FPC सदस्य आणि गैर-सदस्य शेतकरी यांची तुलना, उत्पन्नातील बदल, बाजारभाव, उत्पादन खर्च, सामाजिक सहभाग आणि संस्थेच्या व्यावसायिक कामगिरीचे परिमाणात्मक विश्लेषण करणे आवश्यक आहे. अशा अभ्यासातून FPCच्या वास्तविक सामाजिक-आर्थिक परिणामांचे अधिक स्पष्ट चित्र उपलब्ध होईल.

## संदर्भसूची

1. Ministry of Agriculture & Farmers Welfare, Government of India. Reports and policy documents on Farmer Producer Organisations.
2. Small Farmers' Agribusiness Consortium (SFAC). Guidelines and publications on Farmer Producer Organisations.
3. NABARD. Annual Reports and publications on Farmer Producer Organisations and rural development.
4. National Cooperative Development Corporation (NCDC). Publications on producer organisations.
5. Government of India. Companies Act, 2013—Producer Company provisions.
6. Government of India. Scheme for Formation and Promotion of 10,000 Farmer Producer Organisations.
7. Ministry of Agriculture & Farmers Welfare. Agricultural Statistics at a Glance.

8. NABARD. Studies and reports on Farmer Producer Organisations.
9. SFAC. Farmer Producer Organisation development resources.
10. NITI Aayog. Reports on agricultural marketing and farmer collectives.
11. FAO. Smallholder farmers and inclusive agricultural value chains.
12. World Bank. Agriculture, value chains and rural development reports.
13. NABARD. Reports on rural finance and producer organisations.
14. Department of Agriculture & Farmers Welfare. Annual Reports.