

प्रस्तावना

भारतात किरकोळ व्यापार अद्यापही मोठ्या प्रमाणावर साजगी व्यापा-याकडेच आहे. साजगी व्यापा-यांची जास्तीत जास्त नफा मिळविण्याची प्रवृत्ती असते, त्यामुळे केवळ ग्राहकांचे समाधान व्हावे या हेतूनेच वस्तूंची विक्री करित नाहीत तर वस्तूंची टंचाई निर्माण करून वस्तूत मेसळ करून, ग्राहकांना वस्तूंचा दर्जा कमी देऊन त्याच प्रमाणे ग्राहकांना वस्तूंचे वजन कमी देऊन ग्राहकांच्या किंमतीबाबत वस्तूंच्या गुणाबाबत दिशाभूल करून जास्तीत जास्त किंमत व नफा मिळविण्याचा प्रयत्न करतात. ग्राहकांना आपली गरज पूर्ण करणे आवश्यक असते म्हणूनच ते व्यापा-यांच्या या प्रवृत्तीला बळी पडतात.

व्यापा-यांची ही प्रवृत्ती कमी व्हावी यासाठी आतापर्यंत फारसे प्रयत्न करण्यात आले नाहीत. ग्राहकांची आर्थिक कुवतही मर्यादित असते व सर्वसाधारण ग्राहक व्यापा-यांच्या या प्रवृत्तीविरुद्ध फारसे लढा देत नाहीत, तक्रारही करित नाहीत, याचा परिणाम म्हणून ग्राहकांना कित्येक वेळा जीवनावश्यक वस्तूंची खरेदी करणे कठीण होते. एवढेच नाही, तर या वस्तू कित्येक वेळा जास्त किंमत देऊनही मिळणे दुरापास्त होते असे होण्याचे मुख्य कारण म्हणजे ग्राहकांचा असंघटितपणा होय. तेव्हा यातून मार्ग काढण्यासाठी ग्राहकांनी एकत्रित येऊन आपली संघटना स्थापन करणे व संघटनेच्या व्दारे विविध वस्तूंची मागणी उत्पादकाकडून करणे व व्यापा-यांच्या ताबडीतून सुटका करणे होय.

इंग्लंडमध्ये औद्योगिक क्रांतीच्या वेळी तेथील उपभोक्त्यांची अवस्था मांडकलदारीने अशीच केली होती. त्याच वेळी रॉबर्ट ओवेन यांनी ग्राहक सल्लकारी मंडार स्थापन करण्याचा जगात प्रथमच प्रयत्न केला. पुढे याच सल्लकारी ग्राहक मंडाराच्या तत्वावर जगातील अनेक राष्ट्रांत ग्राहक मंडारे स्थापन होऊ लागली. भारतातही सल्लकाराची सुरुवात या शतकाच्या पहिल्या दशकांत झाली असे दिसून येते.

सहकारी ग्राहक मंडाराची मुख्य उद्दिष्ट्ये म्हणजे समासदांना दैनंदिन वस्तू व सेवांचा पुरवठा करणे. त्या वाजवी किंमतीला समासदांना उपलब्ध करून देणे. समासदांची साजगी व्यापा-याच्या पिळवणुकीपासून मुक्तता करणे होय.

अशा संस्था ग्राहकांना उपभोगासाठी लागणा-या दैनंदिन वस्तूंची व सेवेची, उत्पादकाकडून मोठ्या प्रमाणात खरेदी करून त्या समासदाला वाजवी किंमतीला विकल्या जातात.

भारतासारख्या खंडप्रायः देशात मोठमोठ्या शहरापासून ते दूरवर व दुर्गम प्रदेशात पसरलेल्या खेड्यापाड्यातील सर्व सामान्य नागरिकांस त्यांच्या दैनंदिन जीवनास आवश्यक असणा-या व इतर गरजेच्या सर्व वस्तू त्यांचा योग्यरितीने चरितार्थ चालविण्यासाठी उपलब्ध करून देण्यासाठी यावर उपाय म्हणजे ग्राहकांनीच एकत्र येवून आपली सहकारी वस्तू मंडारें स्थापन करणे. कारण ग्राहक सहकारी संस्था हा सर्व सामान्य ग्राहकांची साजगी व अल्प लोकांच्या पिळवणुकीपासून वाचविण्यासाठी निर्माण झालेल्या संस्था होत. सहकारी ग्राहक मंडार हेच विधायक व प्रभावी उपाय आहे यामुळे ग्राहकांच्या हितसंबंधाची जपणूक होते. तसेच ग्रामीण व शहरी भागातील दुर्बल घटकामध्ये समाविष्ट होणा-या सर्वसामान्य नागरिकास जीवनावश्यक वस्तू अत्यंत सोईस्करपणे व रास्त मालात मिळून देण्यासाठी असणारी ही व्यवस्था सहकारी संस्था करू शकते.

कारण आज दिवसेंदिवस माहागाई वाढत आहे, ब-याच वेळेला वस्तूंचा पुरवठा मागणी पेक्षा कमी असल्यामुळे दरात वाढ होते, तर कांही वेळेस कृत्रिम दरात वाढ देखील होते. मालाची टंचाई असल्यामुळे दरवाढ ज्यावेळी होते अशावेळेला त्या वस्तूंचे प्रत्येक कुटुंबातील वापराचे प्रमाण ग्राहकाने निर्धारपूर्वक कमी केले तर त्या मालावरील मागणीचा ताण कमी होईल, त्यामुळे दर उतरणेस मदत होऊ शकेल. अशा प्रकारचा ग्राहक निर्धार (Consumer Resistance) आपल्याकडे होणे आवश्यक आहे.

या उलट टंचाई होणा-या मालाची घरोघरी साठा करण्याची प्रवृत्ती आपल्याकडे दिसून येते. त्यामुळे माव्वाढीस चालना मिळते,यासाठी ग्राहक सहकारी चळवळीचे शिदाण व पालन लोकांमध्ये झाले तर असे प्रसंग कमी होतील. ज्या देशांमध्ये ग्राहक व्यवहाराकडे चळवळ म्हणून पाहिले जाते अशा देशांमध्ये हे साध्य झाले आहे. पण आपल्या देशात याची उणिव आहे.

सहकारी ग्राहक संस्था वस्तूंच्या किंमती व दर्जा यावर सुयोग्य असा ताबा ठेवत असते यासाठी ग्राहक संस्थांचे जाळे संपूर्ण देशात निर्माण होण्याची जरूरी आहे. आपल्याकडे हक्तर या संस्थांची संख्या कमी आहे व त्यातही यशस्वी ग्राहक सहकारी संस्था फार थोड्या आहेत.

ग्राहक सहकारी संस्थाना सर्वसामान्य जन्तेचा पाठिंबा असण्याची नितांत आवश्यकता आहे,त्याच प्रमाणे ग्राहकांचे प्रश्न सोडवता येतील. उदा. दैनंदिन गरजेच्या वस्तूतील मेसळ थांबवणे या संबंधात ग्राहकांना जागृत करणे किंवा बोट्या जाहिरातीची माहिती ग्राहकांना देणे उदा. १०० टक्के शुध्द पाणी देणारे उपकरणाची जाहिरात वस्तुतः अशी शुध्दता आणता येत नाही यासाठी ग्राहक प्रतिकार आवश्यक आहे.त्यासाठी शिदाणाची अतिशय जरूरी आहे.

ग्राहक सहकारी चळवळीची दोन अंगे आहेत. एक ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी व क्जन ,प्रत, किंमत यांच्या व्दारा होणा-या फसवणुकीपासून संरक्षण करण्यासाठी किरी व्यवस्था उभारणे. दुसरे ग्राहकांच्या व्यापक हिताच्यादृष्टीने ग्राहकांचे प्रश्न शासन, उत्पादक, जन्ता, यांच्यापुढे मांडणे.

आजच्या ग्राहक चळवळीमध्ये ग्राहकांचे प्रतिनिधित्व करण्याचे काम होत नाही. परिणामी ग्राहकांचा चळवळीत पुरेसा सहभाग मिळत नाही. एका बाजूने सेवेसाठी संस्थात्मक काम व दुस-या बाजूला ग्राहकांच्या निषेधात्मक ताकदीसाठी व्यासपीठ अशा दुहेरी पध्दतीने काम केल्यास ग्राहक चळवळीला नवे बळ , नवी दिशा लाभेल. यामुळे ग्राहक जागृत होऊन ग्राहकांना त्यांच्या हक्काची जाणिव होऊन, जीवनाश्यक वस्तूंच्या होणा-या उपलब्धतेवर , दर्जावर व किंमतीतील चढ-उतारावर कांही प्रमाणात

तरी नियंत्रण घेऊ शकेल. या शिवाय सक्षारी ग्राहक भांडाराचे फायदे पुढील प्रमाणे मिळतात.:-

दैनंदिन जीवनाला लागणा-या वस्तू वाजवी दराने उपलब्ध करून देणे, साजगी व्यापारामधील अनिष्ट प्रथाना पायबंद घालणे, वस्तूचे वितरण योग्य प्रकारे करणे, आर्थिकदृष्ट्या कुमकुत गटातील लोकांना संरक्षण मिळते, जीवनावश्यक वस्तूंच्या किंमतीचे नियंत्रण असते, सामाजिक सेवा उपलब्ध होतात, समाजात समता व समाजवाद प्रस्थापित करता येतो, सर्वांना समासदत्व खुले असते, सर्व सामान्य नागरिकांना व्यापारी शिवाण मिळते.

अशा त-हेने सक्षारी ग्राहक संस्था सर्व सामान्य नागरिकांचे हित लक्षात घेते.