

प्रकरण द्वितीयः

ग्राहक सहकारी संस्था : उगम, उद्बुष्टे व गरज

अ) उगमः

जगातील सहकारी चळवळीची सुरवात ग्राहक सहकारी संस्थेतून झाली. ही घटना निश्चितच उल्लेखनीय मानावी लागेल. १८४४ मध्यें इंग्लडमध्ये "रॉबर्ट ओवेन" व "विल्यम किंग" यांच्या प्रेरणेने २८ गरीब विणकरांनी सहकारी तत्वांचा आधार घेवून प्रथम ग्राहक सहकारी संस्थेची निर्मिती केली. इंग्लडमध्यात्या औघोगिक क्रांन्तीतून उदयात आलेल्या कामगार वर्गाचे उत्पन्न अत्यंत मर्यादित होते. त्यातून त्यांना चांगल्या, स्वच्छ, योग्य वजनभाषाच्या व भेसळ नसलेल्या वस्तुं मिळविता याव्यात या उद्देश्याने "रॉशडेल इक्वीटेबल पायोनियर्स" संस्थेची स्थापना करण्यात आली. ही संस्था वस्तुची खरेदी सामुहिकपणे घाऊळ दरात करीत असे व योग्य किंमतीत त्या वस्तूंचा पुरवठा सभासदांना केला जाई. या विणकरांनी सभासदाकडून रवा, मैदा, लोणी, साबण, मेणबत्या, चहा, साखर, अन्नधान्य या सारख्या वस्तु रोखीने सभासदांना पुरवल्या. त्यामुळे या संस्थेला खूपच महत्व प्राप्त झाले व या संस्थेच्या स्थापनेनंतर इंग्लडमध्ये प्राथमिक ग्राहक सहकारी चळवळीच्या विकासाला चालना मिळाली.

"रॉशडेल संस्थेला विक्रीसाठी वाजवी किंमतीत वस्तु पुरविण्यासाठी १८५२ साली "सहकारी घाऊळ संस्थेची (Co-operative wholesale Society C.W.S.) स्थापना झाली"^१. प्राथमिक सहकारी संस्था या C.W.S. संस्थेच्या भागधारक व पर्यायाने मालक होत्या. १९७१ मध्ये सहकारी घाऊळ संस्थेने "बैंकीग" विभागही सुरु केला. तसेच हळुहळु पादत्राणे, फ्लरस, मेणबत्या, साबण, लोणी अशा वस्तुंच्या उत्पादनासाठी कारखाने काढले. अशात-हेने सहकारी घाऊळ संस्थेमार्फत इंग्लडमधील ग्राहक संस्थानी उत्पादन क्षेत्रातही प्रवेश केला.

रांशडेल संस्थेच्या सभासदांनी संस्थेच्या कामकाजाबाबत काही तत्वे निश्चित केली. ही तत्वे रांशडेल तत्वे म्हणून ओळखली जातात. या तत्वांचा वापर कस्न ही संस्था यशस्वी झाल्यामुळे या संस्थेपासून प्रेरणा घेवून इंग्लडप्रमाणेय स्वीडन, डेन्मार्क व सोविहेस्ट रशिया अशा राष्ट्रातही ग्राहक सहकारी संस्थाची उल्लेखनीय वाढ होत गेली. परंतु ज्या ग्राहक सहकारी संस्थेतून जागतिक सहकारी चळवळ निर्माण झाली त्या ग्राहक सहकारी संस्था अन्य सहकारी संस्थाच्या तुलनेत काहीशा मागे पडल्या. हे खालील कोष्टकाच्या आधारे स्पष्ट होईल.

कोष्टक-१
जागतिक सहकारी चळवळीची स्थिती

अ. नं.	संस्थाचा प्रकार	१९७४ ते १९७५	संस्थाची संख्या	सभासदत्व दशलक्ष
१)	ग्राहक सहकारी संस्था	६२,२१८	१२४०८	
२)	पतपुरवठा सहकारी संस्था	२,७८,२५२	९००५	
३)	शेती सहकारी संस्था	१,६५,२८२	५५०९	
४)	गृहनिर्माण सहकारी संस्था	४५,८८४	८०१	
५)	उत्पादकांच्या सहकारी संस्था	३८,९५४	५००	
६)	मत्सोधोग सहकारी संस्था	११,७७५	१०८	
७)	इतर सहकारी संस्था	२४,३४७	१९०	
 सकूण		६, ३०,७१२	३०५०९	

आधार - सराफ मोहन, "सहकार सी. जमनादास आणि कंपनी" पुणी, १९७९
पान-६६.

ब) ग्राहक सहकारी संस्था- अर्थ व गरजः

सहकारी संस्थाचे अनेक प्रकारे वर्गीकरण केले जाते. सभासदांच्या आर्थिक दर्जानुसार सहकारी संस्था ३ भागात विभागता येतात.

- १) उत्पादकांच्या सहकारी संस्था.
- २) ग्राहकांच्या सहकारी संस्था.
- ३) कामगारांच्या सहकारी संस्था.

सहकारी संस्थाच्या वर्गीकरणाचा आधार कोणताही असला तरी कोणत्याही सहकारी संस्थेया हेतु सभासदांच्या हिताचे रक्षण करणे हाच असतो. उपभोक्ते जेव्हा स्वझच्छेने सहकारी तत्वावर एकत्रित येतात तेव्हा ग्राहक सहकारी संस्थेची निर्मिती होते. ग्राहक सहकारी तत्वावर एकत्र आल्याने उघोगातील नफ्याची जागा तेवा घेते. ग्राहकाना त्रासदायक ठरणा-या मक्तोदारी प्रवृत्ती नियंत्रित होतात. वितरण व्यवस्थेतले अनावश्यक मध्यस्थ नाहीसे इल्याने वितरण खर्च कमी होतो. ग्राहक संस्थेच्या निरनिराळ्या व्याख्या केल्या जातात. त्यातील प्रमुख व्याख्या पुढीलप्रमाणे-

आर.डी. बेदी यांच्यामते "Co-operative consumer's stores are voluntary organization of the consumer organised for procuring goods in bulk from the production centres at favourable terms and then arranging their equitable distribution to members at fair price"².

"ग्राहकानी एकत्रित येवून स्थापन केलेली लोकशाही तत्वाप्रमाणे व सहकारी तत्वावर कार्य करणारी आर्थिक संघटना म्हणजे ग्राहक सहकारी संस्था होय"³.

"ब्रिटनमधील Independent commission on co-operation च्या अहवालात ग्राहक सहकारी भांडारांची पुढील उट्रिष्टे स्पष्ट केली आहेत"⁴.

१) ग्राहकांना योग्य व वाजवी दराने वस्तुंया पुरवठा करणे. अशावेळी इतर उघोग संस्था विधातक स्पैथी करणार नाहीत अशा बेताने किंमत ठरवणे.

- २) गुणवत्ता व उच्च दर्जाची खात्री असणा-या वस्तुंची विक्री करणे.
- ३) भांडाराचे ठिकाण, पुरवठ्याच्या सेवा व स्कूण व्यवस्थापनात कायक्षिता आणणे.
- ४) बाजारातील उपभोग्य वस्तुंची सामान्य किंमतीची पातळी किफायतशीर पातळीवर स्थीर ठेवणे.
- ५) ग्राहकांच्या फसवणूकीवर नियंत्रण आणणे.
- ६) या संस्थामार्फत ग्राहकांना लोकशाहीचे शिक्षण देणे.

ग्राहक सहकारी संस्थेचे हे उद्देश साध्यकरण्यासाठी ग्राहक सहकारी संस्था स्वतः वस्तुचे उत्पादन करतात. किंवा उत्पादकाकडून वस्तुंची घाऊक खरेदी करतात. केवळ नफा मिळविणे हा या संस्थाचा उद्देश नसल्याने खरेदी केलेला माल वाजवी किंमतीला ग्राहकांपर्यंत वितरीत करण्याची जबाबदारीही या संस्थावर येते.

सुरवातीला नमूद केल्यापुण्याणे जगातील सहकारी चळवळीचा उगम सहकारी ग्राहक संस्थेच्या स्थापनेतून झाला आहे व ग्राहक संस्थेया उगम हा भांडवलशाही किंवा मुक्त बाजार यंत्रणेच्या दोषामध्ये आहे. या अर्थव्यवस्थेतील खाजगी मालकी व मुक्त स्वातंत्र्य या वैशिष्ट्यामुळे उत्पादन व विक्रीची सर्व साधने भांडवलदाराकडे एकत्रित होतात. भांडवलशाहीत निर्माण केलेली वस्तु ग्राहकापर्यंत पोचविण्यासाठी व्यापारी व मध्यस्थाची भूमिका पार पाडतात. उत्पादित मालाची विक्री आणि त्याचे वितरण योग्यवेळी योग्य ठिकाणी करण्यासाठी बाजारामध्ये सर्वत्र या मध्यस्थांची घाऊक व्यापारी, किरकोळ व्यापारी, यांची एक साखळीच तयार झालेली असते. हे उत्पादक व व्यापारी स्वतःला अतिरिक्त नफा मिळावा या हेतूने अनेक अनिष्ट मार्गांचा अवलंब करतात. त्यासाठी मालाची किंमत मूळ किंमतीपेक्षा जास्त सांगितली जाते. मध्यस्थांच्या प्रत्येक साखळीत ही किंमत वाढतच जाते. मालामध्ये इतर वस्तुंची भेसळ करणे, कमी वजनाचा माल ग्राहकांना देणे, कृत्रिम

टंचाई निर्माण करणे, मालाचा काळाबाजार करणे, निकृष्ट प्रतीचा माल विक्रीसाठी ठेवणे, या सारख्या अनिष्ट मार्गीचाही सरासि वापर केला जातो. या प्रवृत्तीला शह देण्यासाठी ग्राहक सहकारी संस्थांची गरज असते.

क) भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था:

विवेचनाच्या सोडीसाठी भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांचा अभ्यास दोन टप्प्यात करता येईल.

१) स्वातंत्र्यपूर्व कालावधी:

भारतात सहकारी घटवळीची सुरवात सहकारी शेती पतपुरवठयातून झाली. १९०४ चा भारतातील पहिला सहकारी कायदा "पत सहकारी संस्था कायदा" म्हणूनच करण्यात आला. या कायदामध्यें ग्राहक सहकारी संस्थाचा कसलाही उल्लेख नाही. साहजिक्य या कायदामुळे ग्राहक सहकारी संस्थाना चालना मिळणे शक्य झाले नाही. परंतु देशातील सहकारी तत्वावर विश्वास ठेवणा-या काही कार्यकर्त्यांना (उदाहरणार्थ-राजाजी) इंग्लंडमधील रॉशडेलच्या धर्तीवर भारतात ग्राहक सहकारी संस्था झाल्यात असे वाटत होते. याचाच परिणाम म्हणून भारतात १९०४ च्या सुमारातच मट्रास येथे "दि ट्रिपीकल अर्बन को-आॅपरेटिव्ह सोसायटी"^५ ही संस्था स्थापन झाली. त्यानंतर १९१२ च्या सहकारी संस्था कायदामुळे पतसंस्थापुमाणेंच अन्य संस्थाही सहकारी तत्वावर सुरु होण्यात मान्यता मिळाली. त्यामुळे हा कायदा ग्रुहक सहकारी संस्थासाठी उपयुक्त ठरला. "या कायदामुळे १९१२ ते १९२९ या कालावधीत भारतात ३२३ प्राथमिक सहकारी संघ स्थापन झाले. परंतु १९२९ च्या जागतिक महामंदीमुळे १९२९ ते १९३९ या दशकात केवळ ६३ प्राथमिक सहकारी संस्थांची निर्मिती झाली"^६. दुस-या महायुद्धाच्या काळात निर्माण झालेल्या जीवनावश्यक वस्तुंच्या टंचाईमुळे ग्राहक सहकारी संस्थांच्या विकासाला मदत झाली. भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांचा विकास कौष्टक २ मध्ये मांडण्यात आलेला आहे.

कोष्टक - २
स्वातंत्र्यपूर्व काळातील भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था

अ. वर्ष नं.	ग्राहक संस्थांची संख्या	सभासदत्त्व (लाखात)	स्वतःचे निधी (लाखात)	संकुण व्यवहार (लाखात)
० १०. १९०४	-	-	-	-
० २०. १९१४	११	-	-	-
० ३०. १९२०-२१	१०३	-	-	-
#+ ४०. १९३८-३९	३९६	००४३	२०४७	५७०१५
+ ५०. १९४५-४६	४४४६	९०१३	१५९०२८	२६७४०३९
+ ६०. १९४७-४८	५७४०	११०२५	३१३०५३	४०५७०१८

आधार: ० शिंदे आर. के. "भारतातील सहकारी चळवळ" राविल प्रकाशन,

तातारा, १९८०. पान १६९.

- + Tyagi, R.B. "Recent trends in co-operative movement in India; Asia Publishing house 1968, p.243.
- उपलब्ध नाही.

२) स्वातंत्र्योत्तर कालावधी:

१९५१ मध्ये भारताने स्वीकारलेल्या लोकशाही समाजवादी नियोजनामुळे भारतात सहकारी क्षेत्राच्या वाढीला महत्त्व आले. परंतु सहकारी पतपुरवठयाशी तुलना करता पहिल्या दोन पंचवार्षिक योजनात ग्राहक सहकारी संस्थांच्या विकासाकडे खास लक्ष दिले असे म्हणता येणार नाही. या संस्थांच्या विकासासाठी या दोन योजनामध्ये संख्यात्मक उट्रिष्टेही निधीरीत केली नव्हती. तसेच वेगळी आर्थिक मदतही देण्यात आली नाही. त्यामुळे ग्राहक सहकारी संस्थांची प्रगती होवू शकली नाही. पुढील कोष्टक यावर अधिक प्रकाश टाकेल.

कोष्टक - ३

१९५१ ते १९६२ या काळातील भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था

तन	प्राथमिक ग्राहक भांडा-	सभासदत्व (लाखात)	नफा (लाखात)	विक्री (लाखात)
१९५१-५२	१५७९	१८	८३	२८
१९६१-६२	७२६६	१४	२८	२१

आधार - Mamoria C.B. and Sakasena "Co-operation in India"

p.352. Kitab Mahal, Allahabad, 1973, p. 352.

वरील आकडेवारीवरून असे दिसून येते की १९५१-५२ मध्ये भारतात प्राथमिक ग्राहक भांडारांची संख्या १५७९ होती. ती १९६१-६२ मध्ये ७२६६ इतकी घटली. सभासद संख्या १९५१-५२ ला १८ लाख होती. ती १९६१-६२ ला १४ लाखापर्यंत घटली. १९५१ ला ८३ लाख स्पर्ये नफा मिळाला मात्र १९६१-६२ ला तो केवळ २८ लाख स्पर्ये झाला. त्याचबरोबर १९५१-५२ ला विक्रीची रक्कम २८ लाख होती ती १९६१-६२ मध्ये २१ लाख स्पर्ये झाली. याचाच अर्थं पहिल्या व दुस-या पंचवार्षिक योजना काळात प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या, सभासदत्व, नफा, विक्री या सर्वांमध्ये घट झाली आहे.

ग्राहक सहकारी समिती:

"राष्ट्रीय सहकारी विकास व गुदाम मंडळाने (National Co-operative Development and Warehousing Board) केलेल्या सूचनेनुसार नोव्हेंबर, १९६० मध्ये भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांचा सुयोग्य पद्धतीने विकास होण्याच्या दृष्टिने उपाय सुचिण्याताठी "ग्राहक सहकारी समिती" (Committee on Consumer Co-operative)"^{१७} ही समिती नटेशन समिती म्हणूनही ओळखली जाते. या समितीने केलेल्या शिफारसी म्हणजे तिस-या योजनेच्या व त्यानंतरच्या काळातील

ग्राहक सहकारी चबवळीचे विश्लेषण करणारा महत्वाचा टप्पा आहे. या समितीच्या महत्वाच्या शिफारसी पुढीलप्रमाणे आहेत.

अ) संघटनात्मक व रचनात्मक शिफारसी

१) छोटी खेडी व शहरे किंवा औद्योगिक केंद्रे यातील मध्यम व कमी उत्पन्न गटातील लोकांच्या सेवेसाठी जास्तीत जास्त ग्राहक संघ निर्माण करण्याकडे खास लक्ष पुरवावे.

२) सरकारी नोकर औद्योगिक व व्यापारी क्षेत्रातील कामगार, सार्वजनिक क्षेत्रात काम करणारे सेवक इत्यादींच्यासाठी स्वतंत्र ग्राहक संघ स्थापन करावेत.

३) ज्या ठिकाणी ताबडतोब प्राथमिक संघ स्थापन करणे शक्य नाही किंवा जुन्या बंद पडलेल्या संस्था सुरु होत नसतील त्याठिकाणी मध्यवर्ती घाऊक सहकारी संस्थेने आपल्या शाखा स्थापन कराव्यात व हळूहळू काही अटी घालुन या शाखाचे स्वतंत्र ग्राहक संघात स्थापन करावे.

४) प्रत्येक प्राथमिक सहकारी संघासाठी राज्याकडून २,५०० स्पर्याचे मर्यादित भाग भांडवल दिले जावे. हीच सवलत घाऊक सहकारी संस्था नवीन प्राथमिक ग्राहक संघ व जुन्या पुनरुज्जीवन केलेल्या संस्थानाही देण्यात यावी.

५) ग्राहक सहकारी भांडाराची रचना त्रिस्तरीय असावी असे मत या नटेशन समितीने मांडले आहे.

ब) आर्थिक कार्यक्रमता व आकारमान विषयक शिफारसी:

आर्थिक कार्यक्रमता व आकारमान याबाबतीत समितीने काही अटी घातल्या. उदाहरणार्थ- "प्राथमिक ग्राहक भांडाराचे भागभांडवल किमान ५०,०००/- स्पर्ये व सभासद संख्या २५० असावी. अशा भांडारांना आर्थिक दृष्टिया सबल होण्यासाठी त्यांची वार्षिक व्यापारी उलाढाल १ लाख स्पर्यापर्यंत असावी. जिल्हा किंवा विभागीय स्तरावरील प्राथमिक भांडाराची सभासद संख्या किमान १०० असावी.

तसेच त्यांची भागभांडवल ५०,०००/- स्पर्ये व खेळते भांडवल दरवर्षी २ कोटी असावे.

तृतीय स्तरावरील घाऊळ भांडारामध्ये किमान २०० प्राथमिक भांडारे सभासद असली पाहिजेत. त्यांचे भागभांडवल १ लाख स्पर्ये व खेळते भांडवल ५ लाख स्पर्ये असावे.”^९

भारतीय ग्राहक चळवळीच्या हिताच्या दृष्टीने राष्ट्रीय पातळीवर एक संयुक्त संघटना असावी. याचे कायी ग्राहक भांडाराच्या प्रश्नासंबंधी संशोधन करणे, त्याना सल्ला देणे व मार्गदर्शन करणे असे असावे.

क) सरकारचे सहकार्यः

१) संस्थेचे भागभांडवल, उभारणी, हिशेब तपासणी, कामाची देखरेख या बाबतीत सरकारने ग्राहक संस्थांना मदत करावी.

२) नव्याने स्थापन झालेल्या संस्थांना पहिली ३ वर्षेपर्यंत सरकारने हिशेब तपासणीची फी आकार नये. तसेच तोट्यात चालणा-या संस्थाकडून तपासणी फी घेवु नये.

३) घाऊळ भांडारानी आपल्या संलग्न संस्थाना जो माल विकला असेल त्यावर विक्रीकर माफ करावा.

४) राज्य व्यापार महामंडळाने आयात केलेल्या मालाच्या विक्रीसाठी मध्यस्थ नेमताना घाऊळ भांडाराना प्राधान्य घावे.

ड) व्यवस्थापन व कार्यपद्धतीः

१) ग्राहक संस्थानी स्वतः ग्राहकापर्यंत सहकारी तत्त्वांचा प्रचार करणा-या योजना आखाव्यात. प्रसंगी ग्राहक मेळावे घ्यावेत.

२) संचालक मंडळात अनुभवी सुशिक्षित आत्मविश्वास असलेले व आवडीने काम करणारे सभासद निवडले जावेत.

३) संस्थेच्या सेक्रेटरीला सहकाराबरोबर व्यापार व विक्री कौशल्याचे ज्ञान असावे.

४) ग्राहक भांडारांच्या व्यवस्थापनामध्यें महिलाना जास्तीत जास्त प्राधान्य घावे. महिलाना सभासदत्व देवून खरेदी व्यवहाराची जबाबदारीही त्यांच्यावरच सोपवावी.

५) ग्राहक संस्थाच्या विकासाताठी देशभर महिलांचे संघटन असावे.

६) महिलानी तयार केलेल्या हस्तकौशल्याच्या भरत, विणकामाच्या वस्तु भांडारात विक्रीसाठी ठेवाव्यात त्यामुळे काही महीलाना काम मिळेल.

केंद्र पुरस्कृत योजना : (Centrally Sponsored Scheme)

"१९६२ साली चीन आक्रमणाच्यावेळी भारतात जीवनावश्यक वस्तूंची टंचाई निर्माण झाली. त्यातून महागाई वाढली. या दोन समस्यावर उपाय म्हणून उपभोग्य वस्तुंचे समान व न्याय वाटप करून किंती स्थीर राखणे हे उट्रिष्ट पूर्ण करण्यासाठी सरकारने ग्राहक सहकारी भांडाराकडे जीवनावश्यक वस्तुंच्या वाटपाची एक राष्ट्रीय पातळीवरील योजना आखली"^{१०}. ही योजना देशातील ग्राहक सहकारी घळवळीचा महत्वाचा टप्पा मानला जातो. या योजनेवदारे आस्तित्वात असलेल्या प्राथमिक ग्राहक संस्थाना केंद्र व राज्य शीसनाकडून उदार हस्ते मदत आली. ही योजना प्रामुख्याने शहरी भागात केंद्रीत होती, "१९६३ डिसेंबर पर्यंत या योजनेवदारे २३४१ प्राथमिक ग्राहक भांडारे व १४३ घाऊऱ भांडारे आस्तित्वात होती. १९६४ मध्यें त्यांच्यात अनुक्रमे ३८३७ व २२२ अशी वाढ झाली. ही सर्व ग्राहक भांडारे ५०,००० हुन जास्त लोकसंख्या असलेल्या सुमारे २५० शहरात विखुरली होती"^{११}.

तिस-या पंचवार्षिक योजनेत ग्राहक सहकारी संस्थांच्याकडे खास लक्ष पुरविण्याचा प्रयत्न करण्यात आला. या योजना काळात आस्तित्वात असलेल्या ग्राहक सहकारी संस्थात सुधारणा करणे व शहरी भागात नवीन संस्था निर्माण करणे अशा स्वस्प्याची योजना आखण्यात आली. "याच योजना काळात १९६५ मध्ये राष्ट्रीय ग्राहक सहकारी संघाची स्थापना झाली. १९६६ मध्ये दिल्ली येथे

विभागीय ग्राहक भांडाराची सुरवात झाली"१२. ही भांडारे भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थाचा महत्वाचा टप्पा मानली जातात.

१९६७ मध्ये नियोजन मंडळाच्या कार्यक्रम मुल्यमापन संघटनेतर्फे (Programme Evaluation Organization P.E.O.) सहकारी ग्राहक संस्थाच्या मुल्यमापनाचा अववाल सादर केला. या अववालामध्ये ग्राहक सहकारी संस्थाची सभासदसंख्या वाढवण्यासाठी कांही सुचना केल्या आहेत. या सुचना पुढीलप्रमाणे

१) "ग्राहक सहकारी संस्थांची ग्राहकांकडून प्राधान्य दिल्या गेलेल्या वस्तुबाबत मागोवा घेवून त्यानुसार त्यांना वस्तु पुरवाव्यात.

२) काही विशिष्ठ वस्तुंची, विशिष्ठ प्रमाणात खरेदी करणा-या ग्राहकांना सुट यावी.

३) दुर्मिळ वस्तूचे वाटप करतांना संस्थेकडून ग्राहकांना चांगली व समान तेवा देण्यात यावी.

४) सभासदासाठी कर्जवाटप योजनेबाबतही योग्य तो पुर्नविचार केला जावा.

५) ग्राहक संस्थामधील कर्मचा-यासाठीही रेशनकार्डची तोय करावी व या वस्तुंची रक्कम त्यांच्या पगारातून काढून घ्यावी"१३.

६) "संस्थेच्या व्यवहारामध्ये खरेदी धोरणाला जास्त महत्व दिले जावे. ही खरेदी "खरेदी समिती" मार्फत या संस्थेच्या पोटनियमांना (Bye Laws) अनुसरून य करावी. पण ब-याच ठिकाणी प्रत्यक्षात खरेदी समितीचे कार्य फारशे समाधानकारक नाही."१४

७) "विक्री धोरणामध्ये ग्राहक संस्थांना वस्तुंच्या किंमतीचा विचार करावा लागतो. तर्वसाधारणपणे बाजारात मिळणी-या वस्तुंच्या किंमतीपेक्षा ग्राहक संस्थानी आकारलेली किंमत कमी असावी"१५.

असे मत या अववालामध्ये मांडले आहे.

१९७० मध्ये "समाज विकास व सहकार मंत्रालयाने" (Ministry of community development) नियोजन मंडळाला व कार्यक्रम मुल्यमापन संघटनेला ग्राहक घटवळीचे मुल्यमापन करण्याची विनंती केली^{१६} (P.E.O.) त्यानुसार ग्राहक सहकारी संस्थाचे संघटन रचना, व्यवस्थापन, कर्मचारी, आर्थिक सहाय्य गुदामे, ग्राहकांचा सहभाग इत्यादी बाबतीत मंत्रालयाच्या व संघटनेच्या सदस्यांनी सविस्तर चर्चा केली व ग्राहक संस्थानी सभासदाची संख्या तसेच भांडवल उभारणी यामध्ये मोठ्या प्रमाणात वाढ करावी. असा निष्कर्ष काढला. अनेक सहकारी संस्थाना अपु-या भांडवलाला तोंड घावे लागते. पंजाब व तामिळनाडू येथील ग्राहक सहकारी संस्थाचे कार्य याबाबत समाधानकारक आहे. मात्र इतरत्र असे चित्र आढळत नाही असे मत या समितीने मांडले आहे.

चौथ्या योजना काळात ग्राहक सहकारी घटवळीचा विकास चांगला झाला. देशभर त्यासाठी संघटनात्मक व प्रोत्ताहनात्मक प्रयत्न करण्यात आले. ५०,००० अथवा त्यापेक्षा जास्त लोकसंख्या असलेल्या ठिकाणी मध्यवर्ती ग्राहक घाऊक भांडारे स्थापण्यात आली "यामुळे १९७४ अखेर देशात ४०० मध्यवर्ती घाऊक संख्या व १३,१५० प्राथमिक सहकारी संस्था होत्या. १४ राज्य ग्राहक सहकारी संघ व १३४ विभागीय भांडारे स्थापन झाली"^{१७} चौथ्या योजनेच्या आराखडयात ग्राहक सहकारी घटवळीतला दुर्बल दुवा म्हणजे प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था असेही नमूद करण्यात आले व या संस्था व सुधारणा होण्यासाठी काही उपाययोजनाही निश्चित करण्यात आल्या.

पाचव्या पंचवार्षिक योजनेमध्ये सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेमधील एक महत्वाचा भाग म्हणून ग्राहक सहकारी संस्थाचा विचार करण्यात आला. या काळात शहरी भागातील सहकारी ग्राहक संस्थाची वार्षिक उलाढाल ६० कोटी वरुन ५०० कोटी झाली. नवीन संस्था काढण्यारेवजी आस्तित्वात असलेल्या संस्थाना कार्यक्रम बनविण्याची शिफारस पाचव्या योजनेत नियोजन मंडळाने केली. "त्याव्दारे आस्तित्वात असलेल्या १०० घाऊक ग्राहक सहकारी संस्था व ३० विभागीय भांडारांचे पुनरुज्जीवन करण्यात आले"^{१८} याच योजना काळात ग्राहक सहकारी घटवळ बळकट करण्यावर भर देण्यात आला.

ग्राहकांची खरेदीशक्ती वाढून राज्य आणि केंद्र ग्राहक सहकारी संस्थाचे सहकारी वाढविष्यासाठी औद्योगिक कामगार, खाण कामगार, रेल्वे कर्मचारी, प्रशासकीय कर्मचारी यांच्यासाठी वेगळ्या ग्राहक सहकारी संस्था स्थापण्यात आल्या. ग्रामीण भागामध्येही काही सहकारी ग्राहक संस्था याकाळात सुरु करण्यात आल्या.

या कालावधीत भारताच्या माजी पंतपुरुषान स्व. श्रीमती इंदिरा गांधी यानी जाहीर केलेल्या वीस कलमी कार्यक्रमातही ग्राहक सहकारी संस्थाना महत्व आले.

" सहाव्या पंचवार्षिक योजनेमध्ये सहकारी ग्राहक संस्थानी ग्रामीण व शहरी विभागात सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेतील महत्वाचा भाग म्हणून ग्राहकोपयोगी वस्तुचे वाटप योग्य प्रकारे करावे अशी अपेक्षा व्यक्त करण्यात आली " १९ ६ व्या योजनेमध्ये सोयाबिन तेल बियाचे उत्पादन जास्त झाले. त्याचा उपयोग ग्राहकांना तेलाचा पुरवठा स्वस्त दरात करण्यासाठी केला. ६ व्या योजनेमध्ये ग्राहक सहकारी संस्थाच्या ग्राहकोपयोगी वस्तूच्या वाटपाबाबत पुढील प्रमाणे खर्च केला.

कोष्टक - ४

" ६ व्या योजनेत ग्राहकोपयोगी वस्तू वाटपावर व गुदामावर केलेला खर्च "

तपशील	१९७९-८०	१९८४-८५
१) ग्रामीण भागात सहकारी ग्राहक संस्थामार्फत पुरवलेल्या ग्राहकोपयोगी वस्तूचे पैशातील मुल्य	८०० कोटी रु.	२००० कोटी रु.
२) शहरी भागात सहकारीग्राहक संस्थामार्फत पुरवलेल्या ग्राहकोपयोगी वस्तूचे पैशातील मुल्य	८०० कोटी रु.	१६०० कोटी रु.
३) गुदामाचे बांधकाम:		
अ) गुदामांची संख्या	२२६००	५२०००
ब) गुदामांची क्षमता	२२ लाख टन	४४ लाख टन
४) विपनन गुदामे:		
अ) गुदामांची संख्या	५०४०	७५००
ब) गुदामांची क्षमता	२५ लाख टन	३८ लाख टन

आधार- Draft Sixth Five Year Plan, 1980-85 Govt. of India Planning Commission, p.181.

"सातव्या योजनेच्या आराखडयात ग्राहक सहकारी चळवळीचा भरीव विस्तार करण्याचे धोरण निश्चित करण्यात आले आहे. या योजना काळात निधीरीत करण्यात आलेली उटूटेपुढीलप्रमाणे.

१) सर्व राज्यांच्या राजधान्या महानगरे व १ लाखापेक्षा जास्त लोकसंख्या असलेल्या शहरात त्या त्या ठिकाणच्या गरजेनुसार विभागीय भांडारे स्थापन करणे.

२) ग्राहकोपयोगी वस्तुच्या ग्रामीण भागातील वितरणासाठी ग्राहक सहकारी संस्थांचा जास्तीत जास्त वापर करणे. इ. "२०.

"भारतात १९८६ मध्ये ग्राहक संघटनाच्या मागणीनुसार ग्राहक संरक्षण विधेयक मंजूरकेले. २० फेब्रु. १९८७ रोजी अन्न व नागरी पुरवठा मंत्री श्री. सं. एल. के. भगत यांनी या कायद्याच्या अंमलबजावणीची घर्हा केली. त्यामध्ये भारताचे नवे पंतप्रधान राजीव गांधी यांनी १९८२ च्या २० कलमी कार्यक्रमात सुधारणीकरून नवा २० कलमी कार्यक्रम १९८६ ला सुरु केला. त्याच्या अंमलबजावणीचाही उल्लेख यावेळी केला आहे"२१.

"१९८६ च्या सुधारित २० कलमी कार्यक्रमात ग्राहक संरक्षणासाठी concern for the consumer हे एक कलम आहे. त्यात पुढील गोष्टी अभिप्रत आहेत.

- १) जीवनावश्यक गरजेच्या वस्तु गरीबाना देता येतील अशी व्यवस्था करणे.
- २) वाटप यंत्रेची पुनर्रचना करणे, जेणेकरून गरजुना सवलतीचा फायदा घेता येईल.
- ३) सार्वजनिक वितरण व्यवस्था बळकट करणे.
- ४) सार्वजनिक ग्राहक चळवळ उभी करणे"२२
- ५) विधार्थ्यांना आवश्यक असलेली वहया, पुस्तके व अन्य साहित्य किफायतशीर भावाने मिळाल्यासाठी व सहकारी कायीपद्धतीचे प्रशिक्षण मिळून तसेण

नेतृत्व सहकारी ग्राहक घटकाला मिळावे या दुहेरी हेतूने २० कलमी कार्यक्रमात विद्यार्थी ग्राहक भांडाराची निमित्ती व्हावी. असाही उल्लेख केला आहे" २३

वरील सर्व विवेचनानंतर स्वातंत्र्योत्तर काळातील भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांची प्रगती पुढील कोष्टकाच्या आधारे स्पष्ट करता येईल.

कोष्टक : ५

भारतातील प्रा. ग्राहक संस्थांची स्वातंत्र्योत्तर काळातील प्रगती

अ. नं.	तन सं ख्या	भांडारांची संख्या	सभासदत्व (लाखात)	स्वतःचे निधी	स्कूण व्यवहार (लाखात)
१) १९५१-५२	९७५७	१८०.४६	५५२०.७०	८,२१,५६९	
२) १९६१-६२	७२६६	१३०.९५	६३७०.३८	३,५४,०००	
३) १९६५-६६	१३०००	२९०.००	१०७०.५०	१६,३०,०००	
४) १९६७-६८	१४०००	३४०.००	१३०.००	१८,६०,०००	
५) १९७१-७२	१२,८८३	३४०.३१	-	-	
६) १९७७-७८	१६१५२	४४०.०५	-	-	
७) १९८४-८५	१६५००	उपलब्ध नाही	-	-	
८) X१९८५-८६	१६५०८	-	-	-	

आधार : Reviews of Co-operative Movement in India by RBI, Bombay and RBI Statistical Statement about Co-operative for revalent year.

x India, 1986 p.889, 890.

- उपलब्ध नाही.

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांची रचना:

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थांची रचना ४ गटामध्ये विभागली असल्याचे आढळते.

१) राष्ट्रीय ग्राहक सहकारी संघ: (N.C.C.F.)

ग्राहक सहकारी क्षत्रातील ही एक सर्वोच्च अशी शिखर संस्था असून या संस्थेची स्थापना १९६५ मध्ये करण्यात आली. या संस्थेचे सभासद राज्य सहकारी संघ असतात. हा संघ वस्तुचे उत्पादन करणा-या उत्पादकांशी प्रत्यक्ष मोठ्या प्रमाणात व्यवहार करून हे उत्पादन देशातील निरनिराळ्या राज्य पातळीवरील, जिल्हा मध्यवर्ती पातळीवरील व प्राथमिक स्तरावरील संस्थाना पुरवते.

तसेच एकंदर ग्राहक चळवळीला मार्गदर्शन करणे आर्थिक मदत करून या चळवळीचा विकास करण्यावर जास्त भर दिला जातो. याशिवाय या संघामार्फत चोरट्या आयातीचा कस्टम अधिका-यामार्फत पकडलेला माल विकण्याचे कामही केले जाते.

२) राज्य ग्राहक सहकारी संघ :

१९६६ मध्ये महात्त्वपूर्ण अशी दोन उट्रिष्टे डोळ्यारामोर ठेवुन राज्य ग्राहक सहकारी संघाची स्थापना करण्यात आली. यातील पहिले उट्रिष्ट म्हणजे राज्यामध्ये असलेल्या धाऊक भांडारांच्या संखेत व कायदेशमतेत वाढ करणे आणि दुसरे उट्रिष्ट म्हणजे राज्यातील ग्राहक संस्थांच्या कार्याची व्याप्ती वाढवणे.

याशिवाय धाऊक भांडाराच्या व्यवस्थापन व्यवहारात सुसुनिता आणणे त्यांना आवश्यक अशा वस्तुची खरेदी विक्री करणे, प्रतवारी, किंमत, जाहीरात यासंबंधी योग्य तो सल्ला देणे. राज्यातील निरनिराळ्या ठिकाणच्या सहकारी संस्थांच्या कर्मचा-यांना सहकारी प्रशिक्षण देणे यासारखी काऱ्ये केली जातात.

३) मध्यवर्ती घाऊळ भांडारे:

आॅक्टोबर, १९६२ मध्ये केंद्रसरकारने सुरु केलेल्या योजनेनुसार जिल्हा स्तरावर किंवा मोठ्या शहराच्या ठिकाणी मध्यवर्ती घाऊळ भांडाराची स्थापना करण्यात आली. या मध्यवर्ती घाऊळ भांडाराची आर्थिक क्षमता, आर्थिक व्यवहार यामध्ये सुधारणा करण्यासाठी दैनंदिन खर्चात काटकसर करणे, शिल्लक साठ्याची तपासणी करणे, सुलभ खरेदी विक्री व्यवहार करणे. ग्राहकाना बहुउद्देशीय सेवा पुरवणे, आधुनिकीकरणाचा अवलंब करणे, विकास करू शकणा-या संस्थांना कर्जे देणे करैये या संस्थेमार्फत केली जातात. तसेच प्राथमिक भांडाराना आवश्यक वस्तु घाऊळ प्रमाणात, स्वस्त दरात पुरवणे ही या मध्यवर्ती घाऊळ भांडाराची जबाबदारी आहे.

४) प्राथमिक ग्राहक सहकारी संघ/भांडारे:

भारतातील प्राथमिक ग्राहक भांडाराचे २ गटात वर्गीकरण केले जाते. पहिल्या गटातील प्राथमिक ग्राहक संख्या स्थानाविक परिसरातील लोकांना सभासदत्व देवून जीवनावश्यक गरजांची पुर्ती करतात. तर दुस-या गटातील संस्था विशिष्ठ व्यवसायातील उदाहरणार्थ औद्योगिक कर्मचारी, रेल्वे कर्मचारी, यांच्यासाठी मर्यादित असतात.

जीवनावश्यक वस्त्रूपै किरकोळ स्वस्यात स्थानिक व सरकारी स्तरावर व्यवहार करणे हा प्राथमिक संस्थांचा मुळ्य उद्देश आहे. मात्र यांचिवाय काही ठिकाणच्या संस्था तांदुळ सडणे, तेल काढणे, शिलाई सेवा उपलब्ध करून देणे यासारखी ही काऱ्ये करतात.

प्रथमिक ग्राहक संस्था सारखीच काऱ्ये काही शहरात विभागीय ग्राहक भांडारे जनता बाजार, अपना बाजार, यासारख्या संस्थांही करतात. मात्र त्यानी पुरवलेल्या वस्तुमध्ये जास्त विविधता असते.

१९८५-८६ मध्ये या चार स्तरावर कार्य करणा-या संस्थांची संख्या पुढीलप्रमाणे होती.

कोष्टक - ६

भारतातील ग्राहक संघाची रचना व संख्या

अ. नं.	संस्थेये नाव	संख्या
१)	राष्ट्रीय ग्राहक सहकारी संघ	९
२)	राज्य ग्राहक सहकारी संघ	२९
३)	मध्यवर्ती घाऊ भांडारे	५९९
४)	प्राथमिक ग्राहक भांडारे	१६, ५०८

आधार : India 1986, Page 889.

कोष्टक - ७

१९८६ पर्यंत ग्रामीण भागातील सहकारी ग्राहक संस्थांनी केलेल्या किरकोळ विक्रीचे प्रमाण

तन	विक्री प्रमाण
१९८२-८३	१, ३२० कोटी
१९८३-८४	१, ४९८ कोटी
१९८४-८५	१, ५७५ कोटी
१९८५-८६	१, ८०० कोटी

आधार : सहकारी महाराष्ट्र १९८६ पान ५०.

राष्ट्रीय ग्राहक सहकारी संघाने १९८४-८५ मध्यें १५६.८३ कोटीची आर्थिक उलाढाल केली आहे.

कर्नाटिक राज्य



"सातव्या योजनेअंखेर १९८१-९० मध्ये नागरी व ग्रामीण भागातील ग्राहक वस्तुंच्या पुरवठ्याचे कार्य सहकारी व्यवस्थेमार्फत प्रत्येकी ३५०० कोटी स्पये पर्यंत राहील असे उटिष्ठ ठेवण्यात आले आहे" २४.

इ) कर्नाटिकातील सहकारी चळवळ:

मैसूर हे दक्षिण भारतातील राज्य असून याची स्थापना १ नोव्हेंबर, १९६५ मध्ये झाली. मैसूरलाच "कर्नाटिक" या नावानेही संबोधले जाते. मैसूरचे "कर्नाटिक" असे नामकरण १ नोव्हेंबर, १९७० मध्ये करण्यात आले.

कर्नाटिकात सहकाराची सुरवात:

भारतातील सहकारी चळवळीच्या अनुषंगाने कर्नाटिकातील सहकारी चळवळीचा विचार केला तर भारतीय सहकारी चळवळ व कर्नाटिकातील सहकारी चळवळ यात पुढील बाबतीत साम्य दिसते. १९०४ साली भारतात "सहकारी पतसंस्था कायदा" करण्यात आला व त्यातुनच पतसंस्थाच्या स्पाने भारतात सहकारी चळवळीचे बीजारोपण झाले. अशीच परिस्थिती कर्नाटिकात सहकारी चळवळीला सुरवात होत असताना झाल्याचे दिसते.

"१९०४ मध्ये सहकारी पतसंस्था कायदाला अनुसरूनच धारवाड जिल्हातील गटग तालुक्यातील कणगीनदाब व बेटगीरी येथे "शहरी सहकारी पतपुरवठा संस्था (Urban Co-operative Credit Society) स्थापन करण्यात आली. १९०५ च्या उत्तरार्धात" बेगलोर शहर सहकारी संस्था स्थापन झाली. याच दरम्यान बेल्लद बागेवाडी (बेळगांव जिल्हा) येथेही सहकारी पतसंस्था निघाल्या. १९०६ मध्ये बेळगांव, गोकाक, मैसूर, हुब्बली, धारवाड व सीरा येथे "शहरी पतपुरवठा" संस्थामध्ये करण्यात आले. १९०८ मध्ये बेंगलोर शहरातील काही ठिकाणी प्रथम ग्राहक सहकारी स्थापन झाल्या" २५.

१९३० च्या जागतीक महामंदीचा व त्यानंतरच्या दुस-या महायुधदाचा परिणाम कर्नाटिकातील सहकारी चळवळीवर झाल्याचे दिसते. या काळात अन्नधान्याच्या किंमती भरमसाठ वाढल्यामुळे शेतीपतपुरवठा संस्थांच्याच जास्त विकास झाला. दुस-या महायुधद काळात "सहकारी खरेदी विक्री व सहकारी प्रक्रिया संस्था" तसेच बहुउद्देशीय संस्थांची निर्मिती झाली. यापैकी बहुउद्देशीय संस्थाच्या कडूनच ग्राहक सहकारी संस्था जी काऱ्ये करतात ती काऱ्ये पार पाडली जात होती. त्यासाठी वेगळ्या स्वस्यात "ग्राहक सहकारी संस्था" नव्हत्या.

भारताला स्वातंत्र्य मिळाल्यानंतर कर्नाटिकातील सहकारी चळवळीला एक वेगळी दिशा मिळाली. याचे कारण १९५६ नंतर कर्नाटिकात सहकारी क्षेत्राच्या विकासाला प्राधान्य देण्यात आले व याकाळात सहकारी तत्त्वावर आधारित साखर हा भांडवलप्रधान उघोग कर्नाटिकात मोठ्या प्रमाणात सुरु झाला.

कर्नाटिकातील एकंदर सहकारी चळवळीचा आढावा पुढील आकडेवारीवरून घेता येईल.

कोष्टक- ८

कर्नाटिकातील सहकारी संस्था

तपशील	सन १९६१	सन १९७१	सन १९८१	सन १९८५
संस्थांची संख्या	१४९५४ लाख	१९३३७ लाख	२२५९० लाख	२३४२९ लाख
सभासद	२४०.३३ लाख	४५०.७९ लाख	८२०.४० लाख	९६०.८० लाख
भाग भांडवल	१७०.३८ लाख	९४०.३५ लाख	१८०.१९ लाख	३०१.६३ लाख
डिपांझीट(ठेवी)	२२०.०० लाख	९०.६३ लाख	३८५०.३६ लाख	६४१.२० लाख
कर्जवाटप	८३०.५५ लाख	२७२०.८८ लाख	४६४०.६९ लाख	४६२०.६२ लाख
खेळते भांडवल	१०३०.९५ लाख	४७८०.५९ लाख	१४६९०.११ लाख	२५२९०.०७ लाख

इ) कर्नाटिकातील ग्राहक सहकारी संस्था:

सहकारी क्षेत्रामध्ये इतर संस्थांच्या तुलनेत ग्राहक संस्थांची निर्मिती झाली, नाही. कारण १९०५ च्या "कर्नाटिक सहकारी कायद्याला अनुसरून स्थापन झालेल्या पतसंस्थांचेच स्पांतर दुस-या महायुधदानंतर बहुउद्देशीय संस्थामध्ये झाले व या संस्थाच ग्राहकांना जीवनावश्यक वस्तूंचा प्रमाणित पुरवठा करून ग्राहक संस्था सारखे कायी करीत होत्या. पुढील तक्त्यावरून दुस-या महायुधदकाळात कायी करणा-या बहुउद्देशीय ग्राहक संस्थाची कल्पना येईल.

कोषटक - ९

दुस-या महायुधदाच्या काळापासून स्वातंत्र्य काळापर्यंतच्या कर्नाटिकातील ग्राहक सहकारी संस्था

सन	संख्या	सभासदत्व	खेळते भांडवल	निव्वळ नफा
१९४०-४१	७३	१७५४७	२६०.३ लाख	०.७६ लाख
१९४१-४२	७३	१७८६५	७२०.२ लाख	१.०८ लाख
१९४२-४३	१२३	२७३९६	२९०.० लाख	०.९५ लाख
१९४३-४४	१५२	३३६५७	३९०.८ लाख	-
१९४४-४५	१६६	३२५६४	३२०.० लाख	१.७३ लाख
१९४५-४६	१५१	३२९४२	२५०.२ लाख	१.०४७ लाख
१९४६-४७	१५२	३१६१४	३५०.८ लाख	१.०३६ लाख
१९४७-४८	१४५	३०८९१	-	-

आधार - Goyal S.K. "Consumer's Co-operative movement in India.

- उपलब्ध नाही.

१९४०-४१ मध्ये कर्नाटिकात केवळ ७३ बहुउद्देशीय ग्राहक संस्था कायंरत होत्या. त्यांची संख्या १९४७-४८ मध्ये १४५ झाली. यातील काही संस्था कर्नाटक राज्यातील मोठमोठ्या उघोगधंद्याशी निगडीत होत्या. म्हणजे कापड गिरण्या, साखर कारखाने, लोखंड, पोलाद कारखाने यातील कामगारासाठी या संस्था ग्राहक संस्था म्हणून काम करीत होत्या. तसेच लष्करामार्फत मोठे अधिकारी व शिपाई यांच्यासाठी केगळ्या ग्राहक संस्था निर्माण झाल्या. याच्याच जोडीला गोडे तेल, धान्याचे पीठ, याचे उत्पादन काढणी-या काही सहकारी उत्पादक संस्थाही स्थापन झाल्या. पंचवार्षिक योजनानंतर कर्नाटिकातील प्राथमिक ग्राहक संस्थामध्ये व प्रगतीत वाढ झाली हे पुढील कोष्टकावरुन दिसेल २४.

कोष्टक - १०

कर्नाटिकातील सर्व ग्राहक सहकारी संस्था

तपशील	१९५१	१९५६	१९६१	१९७१	१९८१
संस्था	६५५	५५८	४१२	५१५	७७५
सभासद (लाख)	०.५६	०.३४	१०.१०	२०.८	५०.८
भाग भांडवल	१४०.०६	-	२४०.४७	३५०.४७	८०.७
राखीव निधी	-	-	२८०.४५	३८०.१२	६८०.०३
खेळते भांडवल	४२०.५७	-	८३०.८२	९४०.००	४३५.००
खरेदी (लाख)	७९०.०३	१५०.८९	२७१०.०८	३५५०.००	८८२.००
विक्री (लाख)	७१०.०४	२२०.३०	८७५०.०४	९९२०.०८	१०३५०.९८
नफा (लाख)	०.२६	०.४६	४.७३	६.७३	-
तौटा (लाख)	-	-	२.७३	-	-
व्यवस्थापन खर्च	-	-	१००.४३	-	-

आधार - 1951- 1956, 1962
Goyal S.K. Consumer Co-operative in India, p.109
Belgaum District Co-operative Dept.
Administrative report of the Dept of Co-op.
in Mysore, 1980-81.

- उपलब्ध नाही.

बेळगांव जिल्हा
[तातुके]



संदर्भः

- १) Digby Margaret "The World Co-operative movement" Hutchinson University Library, London, 1965, p.15.
- २) Bedi, R.D. "Theory History and Practice of Co-operation Loyal Book Depo., Meerut, 1982, p.334.
- ३) सराफ मोहन "सहकार" सी. जमनादास आणि कंपनी, पुणे. १९७९ पान १८३.
- ४) चौगुले व्ही.टी., पठाण के.जी. "सहकाराची मुलतत्त्वे""भारतीय सहकारी चळवळ", कॉन्टीनेन्टल प्रकाशन, पुणे, १९७९, पान. १४४.
- ५) Iyengar A.S.K.: "A Study in the Co-operative Movement in India" Currne Book Depot., Bombay, 1961, p.5.
- ६) Tyagi R.B.: "Recent trends in the Co-operative movement in India", Asia Publishing House, Bombay, Calcutta, 1968, P.243
- ७) उपरोक्त, पान २४१.
- ८) उपरोक्त, पान २४५.
- ९) उपरोक्त, पान २४५.
- १०) Taimani K.K. Studies in retailing consumer co-operation and public distribution system" Harshad Prakashn, Pune, 1975 p.140.
- ११) चौगुले व्ही.टी., पठाण के.जी. : "सहकाराची मुलतत्त्वे व भारतीय सहकारी चळवळ" - कॉन्टीनेन्टल प्रकाशन, पुणे, १९७९, पान ९७.
- १२) शिंदे आर.के. भारतातील सहकारी चळवळ, राविल प्रकाशन, सातारा, १९८०, पान, १७७.
- १३) Programme Evaluation organization (P.E.O.) Report on evaluation of consumer co-operative, 1967. p.14,15.

- १४) Mathur, B.S. : "Co-operation in India", Sahitya Bhavan, Agra, 1984, p.498.
- १५) उपरोक्त पान ४९९।
- १६) "Research in Co-operation - A review" Vaikunth Mehta National Institution of Co-operative Management, Pune, 1972. p.201,202.
- १७) Mathur, B.S. "Co-operation in India" Sahitya Bhavan, Agra, 1984, p.392.
- १८) Draft Fifth Five Year Plan, Vol.II, 1979. p.83.
- १९) Draft Sixth Five Year Plan, 1980-85, Govt.of India Planning Commission, p.181.
- २०) Misra, S.K. and Puri, V.K.: "Indian Economy" Himalaya Publishing House, Bombay, Nagpur, 1983, p.585.
- २१) "योजना" मार्च, ८७. पान २२. व "योजना" संप्रिल, ८७, पान ११
- २२) "Southern Economist", Silver Jubilee Vol.25 Sept., 1985, p.18.
- २३) सहकारी महाराष्ट्र जानेवारी, ८७ पान ९।
- २४) सहकारी महाराष्ट्र नोव्हेंबर, १९८६, पान ५।
- २५) Southern Economist, 1 Nov., 1987, p.27,28.
- २६) Administrative report of the Dept. of Co-operative in Mysore, 1980-81.

• • •

पृकरण तिसरे:

निपाणी शहर आर्थिक स्परेषा

अ) ठिकाणः

निपाणी हे कर्नाटक राज्यातील बेळगांव जिल्ह्यामधील चिक्कोडी तालुक्यातले एक निमशहर आहे (Semi-urban). महाराष्ट्र व कर्नाटक राज्यांच्या सीमा-रेषेवर हे शहर वसले आहे. पुणे-बेंगलोर महामार्ग येथुन जात असल्याने निपाणी हे कर्नाटक व महाराष्ट्र राज्यांच्या सरहटीवरचे महत्वाचे ठिकाण समजले जाते. त्यामुळे या गावाचा महाराष्ट्र व कर्नाटक राज्यातील अनेक महत्वाच्या शहरांशी संपर्क आहे.

ब) लोकसंख्या:

१९७९ च्या शिरगणतीनुसार निपाणीची लोकसंख्या ३०,००० पर्यंत होती. १९८१ च्या शिरगणतीनुसार ही लोकसंख्या ४४,७८३ इतकी होती. १० वर्षांच्या कालावधीत निपाणीची लोकसंख्या १५,००० ने वाढली. म्हणजे लोकसंख्या वाढीचा वेग प्रतिवर्षी १०.५ टक्के होता. १९८१ ची निपाणीची लोकसंख्या व तिची उत्पन्न गटानुसार विभागणी कोष्टक-१ मध्ये दिलेली आहे.

कोष्टक - १

निपाणीच्या लोकसंख्येची उत्पन्न गटानुसार विभागणी

वर्ष	एकूण लोकसंख्या	कमी उत्पन्न गट	मध्यम उत्पन्न गट	उच्च उत्पन्न गट
------	-------------------	-------------------	---------------------	--------------------

१९८१	४४,७८३	१५,०००	१४,०००	११,७८३
------	--------	--------	--------	--------

आधार : निपाणी नगरपालिका संघाशास्त्र विभागातुन मिळवलेल्या माहितीवरून.

या कोष्टकावरुन स्पष्ट होते की, निपाणीच्या लोकसंखेत कमी उत्पन्न गटाची लोकसंख्या ४४ टक्के आहे. या वर्गामध्यें प्रामुख्याने तंबाखू व बिडी कामगार इतर छोटे व्यावसायिक, विक्रेते व मागासवर्गीय लोकांचा समावेश होतो.

त्या खालोखाल मध्यम उत्पन्न गटाची लोकसंख्या आहे. तर एकूण लोकसंखेशी उच्च उत्पन्न गटाचे असणारे प्रमाण साधारणपणे २५ टक्के आहे.

निपाणीच्या १९८१ च्या लोकसंखेत स्थिराचे प्रमाण ४८ टक्के होते तर पुस्ताचे प्रमाण ५२ टक्के होते. भारतात स्त्री पुरुष साक्षरतेत असणारा फरक निपाणीतील लोकसंखेमध्येंही स्पष्टपणे आढळतो. १९८१ साली स्त्री साक्षरतेचे प्रमाण ९ टक्के तर पुरुष साक्षरतेचे प्रमाण २१ टक्के होते. निपाणीमध्ये एकूण २१ शिक्षणसंस्था आहेत. त्याबाबतची माहिती कोष्टक २ मध्यें दिलेली आहे.

कोष्टक - २

निपाणीतील शैक्षणिक संस्था

अ.नं.	संस्थेचे संक्षेप	संख्या
१)	महाविधालये	२
२)	माध्यमिक शाळा	५
३)	प्राथमिक शाळा	१०
४)	मुलींच्या शाळा	२
५)	इंग्रजी माध्यम शाळा	२
एकूण		२१

आधार : प्रत्यक्ष मिळवलेल्या माहितीवरून.

क) निपाणीची औद्योगिक परिस्थिती:

निपाणी संपूर्ण भारतभर तंबाखूसाठी प्रतिष्ठित आहे. निपाणीच्या आसपासच्या ग्रामीण भागातले प्रमुख पिक तंबाखू आहे. तंबाखू हे नगदी पिक असल्याने निपाणीत तंबाखूवर प्रक्रिया करणा-या विकासाला महत्वाचे स्थान आहे. मात्र तीमाप्रश्न न सुटल्याने या गावाच्या औद्योगिक विकासाला पुरेजी गती मिळालेली नाही. सरकारी प्रोत्साहणाचा अभाव असल्याने औद्योगिक विकासात खाजगी क्षेत्राचा जास्त प्रभाव आहे हे पुढील कोष्टकावस्तु स्पष्ट होईल.

कोष्टक - ३

निपाणीतील प्रमुख उद्योगधौ (१९८५-८६)

अ.नं.	उद्योगाचे नांव	संख्या	संकेत संख्या	संकेत क्रमांक
१)	तंबाखू प्रक्रिया कारखाने	:	१००	१०,०००
२)	बिडी कारखाने	:	१०	२,५००
३)	धातु उद्योग	:	२	३००
४)	शीट मेटल उद्योग	:	६	२०
५)	कोळसा कारखाना	:	१	२५
६)	स्पन पाईप उद्योग	:	३	४०
७)	प्लॉस्टीक उद्योग	:	१	४०
८)	खड्ड कारखाना	:	२	१२
९)	फेब्रिकेशन उद्योग	:	१६	१००
१०)	कुकुटपालन उद्योग	:	१	५
११)	छापखाने	:	१२	४०
१२)	तंबाखू संघ	:	१	२०
१३)	आईस फॅक्टरी	:	२	५
१४)	लेथ मशीन फॅक्टरी	:	१	५
१५)	औद्योगिक वसाहत	:	१	-
	संकेत संख्या	:	१५९	१३,११२

आधार- प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

वरील कोष्टकाच्या आधारे निपाणीच्या औद्योगिक विकासासंदर्भात महत्वाची विधाने करता येतील.

निपाणीतील प्रमुख उद्योग तंबाखू व बिडी कारखाने हे आहेत. या दोन्हीही उद्योगात खाजगी क्षेत्राचे निर्विवाद वर्चस्व आहे. निपाणीतल्या एकूण कामगारापैकी ७० टक्के कामगार केवळ तंबाखू व्हारीत आहेत. रोजगार निर्मितीमध्येही हा उद्योग महत्वाचा असूनही सहकारी तत्वावर आधारित असा एकी तंबाखू अथवा बिडी कारखाना उभारला गेलेला नाही.

निपाणीतील बिडी उद्योगाची संख्या १० आहे. यामध्ये काम करणारे कामगार २,५०० आहेत व यातील ७० टक्के कामगार स्त्री कामगार आहेत.

निपाणीत एक औद्योगिक वसाहत आहे. तसेच कोष्टकात दशीवल्यापुमाणे अनेक छोटे मोठे उद्योग खाजगी क्षेत्रात काम करत आहेत. औद्योगिक विकास वेगाने होण्यासाठी व नवनवीन कारखाने निघण्यासाठी महत्वाचा घटक म्हणजे कच्चा माल, पाणीपुरवठा व वीजपुरवठा हा आहे. परंतु निपाणीच्या बाजारपेठेत तंबाखू शिवाय इतर कुठल्याच वस्तुर्थ निर्मिती होत नाही. तसेच पाणीपुरवठ्याच्या सोड्हे अत्यंत कमी आहेत. केवळ हंगामी पडणा-या पावसाशिवाय इतर मार्गाचा पाणी व वीजपुरवठ्यासाठी अभाव जाणवतो.

निपाणीच्या औद्योगिक विकासात अगदी अलीकडे घडलेली एक उल्लेखनीय घटना म्हणजे सहकारी तत्वावर आधारलेला श्री. हलसिधदनाथ सहकारी साखर कारखाना. या कारखान्याची स्थापना १९७८ मध्ये झाली. तर प्रत्यक्ष उत्पादनाची सुरवात १९८५-८६ च्या गळीत हंगामामध्ये झाली. या कारखान्यामुळेही औद्योगिक कामगारांची संख्या वाढण्याला मदत होणार आहे.

३) निपाणीतील सहकारी क्षेत्र:

निपाणीतील सहकारी क्षेत्राची माहिती पुढील कोष्टकावरून मिळते.

कोष्टक - ४

निपाणीतील सहकारी क्षेत्र (१९८५-८६)

अ. नं.	संस्थेचे नांव	संख्या	संख्या कामगार
१)	शेती सहकारी उत्पादक संस्था	१	२०
२)	सहकारी खरेदी विक्री संस्था	१	४८
३)	सहकारी बँक	१	२०
४)	सहकारी पतसंस्था	१	३
५)	सहकारी ग्राहक संस्था	३	३५
६)	सहकारी बहुउद्देशीय संस्था	२	१५
७)	सहकारी साखर कारखाना	१	१, ३००
संख्या		१०	१, ४४९

आधार : प्रत्यक्ष गोळा केलेली माहिती

निपाणीतील सहकारी क्षेत्राची संख्या व संख्या कामगार यांचा विचार केला तर खाजगी क्षेत्राच्या तुलनेने सहकारी क्षेत्राची व्याप्ती व विकास फारच कमी झालेला आढळतो.

शेती सहकारी उत्पादक संस्था शेतीच्या विकासाला पोषक होतील अशी कामे करते. या संस्थेमार्फत मातीपरिक्षण, सुधारित बि-बियाणे, जंतुनाशके, किटकनाशके, शेती अवजारे पुरवली जातात. ही संस्था निपाणीतील "मोठ्या आकाराच्या बहुउद्देशीय संस्थेशी (Large sized Multi Purpose Society L.S.M.P. Society) संलग्न राहुन शेतक-याना अल्प व दीर्घ मुदतीचे कर्ज पुरवणे, पिककर्ज, पिक विमा योजना राबवणे, हंगाम काळात कर्ज पुरवठा करणे याबाबत मदत करते.

सहकारी खरेदी विक्री संस्था शेतमालाची खरेदी-विक्री करीत असताना मध्यस्थ म्हणून कार्य करणे, सभासदांच्या मालाचा लिलाव करणे, शेतक-यांच्या मालाला घांगला भाव मिळण्यासाठी हंगाम काळानंतर काही माल टिकवून मालाची साठवण करणे, इतरत्र शेतमालाची नियात करणे यासारखी कायें करते.

श्री राम सहकारी बँक आणि जुन, १९८८ पासून सुर झालेली "हनुमान क्रेडिट को-ऑपरेटिव सोसायटी" (हनुमान सहकारी पतसंस्था) यांच्यामार्फत सभासदांकडून व बिगर सभासदाकडून ठेवी गोळा करणे व सभासदांना कर्जे देणे ही कायें केली जातात.

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या ३ आहे. या संस्था शिधापत्रधारक व भागधारक तसेच बिगर सभासदांना जीवनावश्यक तांदुळ, गहु रांगील, साखर, पामतेल, जोंधळा व इतर काही किरकोळ वस्तूंया पुरवठा करतात. तसेच स्थानिक स्वस्मात खरेदी विक्री व्यवहार करतात. अलिकडेच जानेवारी, १९८८ पासून १९६२ ला स्थापन झालेल्या पण अपुरे भांडवल, कमी सभासदत्व, सरकारच्या सहकार्याचा अभाव, अयोग्य व्यवस्थापन या कारणामुळे बंद पडलेली "ताराराणी ग्राहक सहकारी संस्था" पुन्हा सुर करण्यात आली आहे.

बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्थामध्ये "मोठ्या आकाराची बहुउद्देशीय संस्था" व महिला बहुउद्देशीय ग्राहक संघकारी संस्था कार्य करतात. यापैकी पहिली संस्था ग्राहक संस्था म्हणून केवळ सरकारी कोठ्यातील वस्तु पुरवते व मोठ्या प्रमाणात शेतक-यांना कर्जाचे वाटप करते. तसेच महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्था, सभासदांना कर्जवाटप करणे, छोटी बघत योजना राबवणे व शिधापत्रधारक तसेच बिगर सभासदांना जीवनावश्यक वस्तूंया पुरवठा करते.

निपाणी नगरपालिकेला फेब्रुवारी, १९८८ पासून "निपाणी टाऊन म्युनिसिपल कौन्सिल" वस्न "निपाणी सिटी म्युनिसिपल कौन्सिल" चा दर्जा देण्यात आला आहे. त्या दृष्टीकोनातून निपाणीतील इतर नागरीक व कामगार

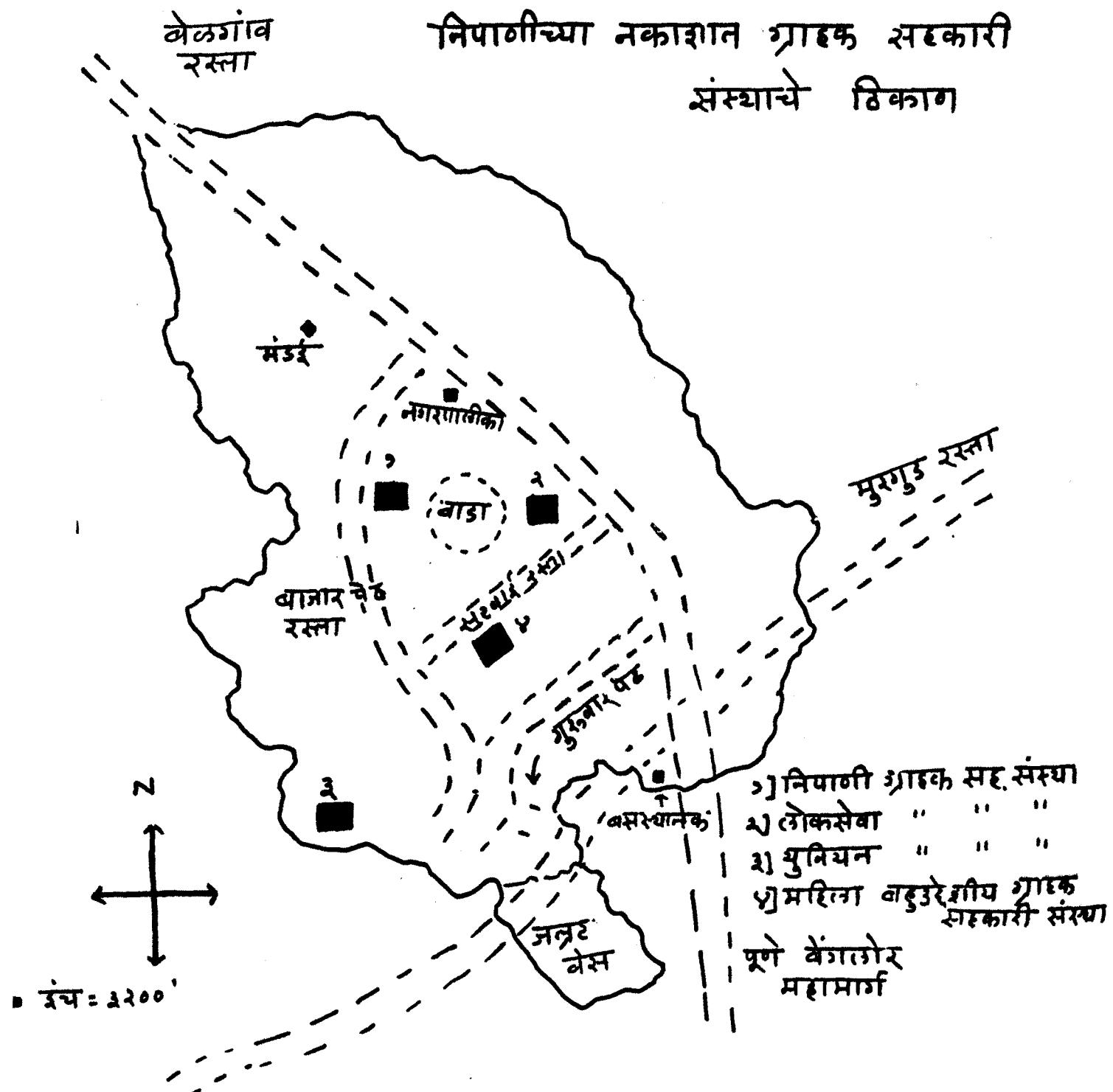


वर्गाची संख्या लक्षात घेवुन त्यांच्या हितासाठी सहकारी तत्वावर आधारित उद्योगाना व व्यवसायाना भरपूर वाव आहे असे म्हणता येडल. परंतु असे प्रयत्न फारसे झाल्याचे दिसत नाही.

निपाणीमध्ये एकूण १३ व्यापारी बँका असून त्यापैकी सांगली बँक ही खाजगी बँक आहे. यापैकी ५ बँका राष्ट्रीयकृत आहेत. तसेच निपाणीमध्ये "स्टेट बँक ऑफ इंडियाचीही" एक शाखा कायी करते.

• • •

निपाठीच्या नकाशात ग्राहक सहकारी
संस्थाचे ठिकाण



पुकरण चौथे:

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थाचा अभ्यास

अ) संस्थेहा व्यक्तिगत अभ्यासः

निपाणीमध्ये जून, १९८८ मध्ये ३ ग्राहक सहकारी संस्था व एक बहुउद्देशीय महीला ग्राहक संस्था कायरत होत्या. त्यांची नावे पुढील प्रमाणे-

- १) डि. निपाणी कंझुमर्स को-आॅप. सोसायटी लि., निपाणी.
- २) डि. लोकसेवा कंझुमर्स को-आॅप. सोसायटी, निपाणी.
- ३) डि. युनियन कंझुमर्स को-आॅप. सोसायटी,
- ४) डि. कुमेन्स मल्टीपरपज कंझुमर्स को-आॅप. सोसायटी.

या ४ ही ग्राहक सहकारी संस्थांच्या स्थापनेचा अंतिम उद्देश अर्धातच ग्राहकांच्या हिताचे रक्षण करणे हा होता. ग्राहक वर्ग हा असंघटीत असल्याने या वर्गाचे संघटित वर्गापेक्षा जास्त शोषण होते. हे शोषण कमी करण्याचा एक मार्ग म्हणून ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन होतात. हे लक्षात घेतल्यास या संस्थानी ग्राहकांच्यासाठी कोणती कोणै केली आहेत व या कायाची व्याप्ती किती आहे याचा विचार महत्वाचा ठरेल.

या दृष्टिंने निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थाचा अभ्यास करण्याचा प्रयत्न याठिकाणी केला आहे.

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था:

१) निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था

स्थापना-

निपाणीतील सर्वात जुनी ग्राहक सहकारी संस्था म्हणून या संस्थेहा उल्लेख करावा लागेल. स्वातंत्र्यपूर्व काळात १९४४ साली या संस्थेची स्थापना झाली. भारतात दुस-या महायुद्धाच्या काळात निर्माण झालेल्या जीवनावश्यक

वस्तुंच्या टंचाईमुळे ग्राहक सहकारी संस्थाच्या विकासाला मदत झाली. या काळात जीवनावश्यक वस्तुये घोग्य पद्धतीने वाटप व्हावे. यासाठी सरकारने ग्राहक सहकारी संस्थाना आर्थिक मदत देण्याचे घोरण स्वीकारले. या घोरणाचा फायदा घेऊन ग्राहक सहकारी संस्था स्थापण्याचे काही व्यक्तीनी प्रयत्न केले. या प्रयत्नातून निपाणीमध्ये पहिली ग्राहक सहकारी संस्था निर्माण झाली.

या संस्थेच्या स्थापणेपूर्वी निपाणीतील बेळगांव जिल्हा सहकारी बँक्या शाखेमार्फत प्रत्येक वार्डामध्ये २ या प्रमाणे ७ वार्डात रुपुण १४ स्वस्त धान्य टुकानातून ग्राहकाना वाजवी किंमतीत वस्तु पुरवल्या जात होत्या.

स्थापनेमागची उटिष्ठेः

या संस्थेची मुख्य उटिष्ठेपुढीलप्रमाणे आहेत -

१) ग्राहकांच्या आवडी निवडीला प्राधान्य देवुन सभासदात सहकारी तत्वांचा प्रसार करणे.

२) मोठ्या प्रमाणात ग्राहकोपयोगी वस्तु खरेदी करून त्यांची सभासदात वाजवी किंमतीला विक्री करणे.

३) सहकारी तत्वाला अनुसरून संस्थेच्या प्रगतीचा प्रयत्न करणे.

४) ग्राहकांचे व्यापा-याकडून होणारे शोषण कमी करणे.

५) टंचाईच्यावेळी परदेशातून आवश्यक वस्तू खरेदी करून त्याचे वाटप सभासद व बिगर सभासदात करणे.

संस्थेने ही उटिष्ठेकितपत साध्य केली १ निपाणीतील सर्वांत जुन्या असणा-या या ग्राहक सहकारी संस्थेने निपाणी भागात ग्राहक सहकाराची पाढेमुळे रुजविली कां १ याचा विचार करत असताना अनेक घटक विचारात घ्यावे लागतील.

सभासद संख्या

ग्राहक सहकारी संस्थेला एक महत्वाचा घटक म्हणजे संस्थेची सभासद संख्या. ही संख्या जितकी जास्त वाढत जाईल तितका ग्राहक सहकारी संस्थेच्या कार्याचा विस्तार झाला असे म्हणता येईल. कारण नवीन नवीन सभासद ग्राहक संस्थांच्या कार्यपद्धतीशी परिचित होतु शकतात. या संस्थेच्या सभासद संस्थेत

होत गेलेले बदल कोष्टक १ मध्ये दर्शविलेले आहेत.

कोष्टक - १

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेचे सभासद व लोकसंखेशी प्रमाण

सन	भागधारक	रेशनकार्डधारक	लोकसंख्या	लोकसंखेशी भागधार- काचे प्रमाण	लोकसंखेशी रेशन कार्डधारक प्रमाण
१९४४-४५	१५०	१५०(७५०)	१५,०००	१.००	०५.००
१९४५-४६	६६४	६६४(३३२०)	३०,०००	२०.११	११०.०६
१९४६-४७	६६३	६६३(३३१५)	३०,०००	२०.२१	११०.०५
१९४७-४८	६६२	६६२(३३१०)	३०,०००	२०.२०	११०.०३
१९४८-४९	६६५	६६५(३३०५)	४५,०००	१.०४७	०७०.३५
१९४९-५०	६७५	६६५(३३२५)	४५,०००	१.०५०	०७०.३८
१९५०-५१	६८५	६८५(३४३५)	४५,०००	१.०५२	०७०.६९
१९५१-५२	६८०	६९०(३४५०)	४५,०००	१.०५१	०७०.६६
१९५२-५३	६८५	६९५(३४७५)	४५,०००	१.०५२	०७०.७२
१९५३-५४	६८५	६९०(३४३५)	४५,०००	१.०५०	०७०.६३
१९५४-५५	६९५	६९५(३४७५)	४५,०००	१.०५२	०७०.७२
१९५५-५६	६९५	६९०(३४३५)	४५,०००	१.०५०	०७०.६३
१९५६-५७	६९५	६९५(३४७५)	४५,०००	१.०५२	०७०.७२

आधार : संस्थेकडील अहवाल व नोंदणीपत्रकातुन प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

टीप : कंसातील आकडे हे एक रेशनकार्डमागे कुटुंबातील सरातरी ५ माणसे गृहीत धरून काढलेले प्रमाण आहे.

१९४४ मध्ये संस्थेच्या स्थापनेच्यावेळी संस्थेचे सभासद १५० होते.

१९४४ ते १९४७ या दीर्घ कालावधीत संस्थेच्या सभासद संस्थेत केवळ ५४५ नी वाढ झालेली आहे. म्हणजे प्रत्येक वर्षी सरातरीने संस्थेची सभासद संख्या केवळ १७ ने वाढलेली आहे. ग्राहक सहकारी चळवळीची व्याप्ती वाढविणे या दिशेने विचार

केल्यास ही वाढ निश्चितच समाधानकारक म्हणता येणार नाही.

लोकसंख्येशी असणारे सभासदाचे प्रमाण हा ग्राहक सहकारी चळवळीचा एक निकष मानल्यास संस्थेने उल्लेखनीय प्रगती केल्याचे दिसत नाही. १९४४ मध्ये सभासदांचे लोकसंख्येशी असणारे प्रमाण १ टक्का होते. १९७७-७८ मध्ये हे प्रमाण २०.११ टक्के झाले. पण ही परिस्थिती नंतरच्या कालावधीत संस्थेला टिकविता आली नाही. १९८६-८७ मध्ये ही टक्केवारी १०.५२ झाली. वास्तविक निपाणीतील कामगार वर्गाची संख्या लक्षात घेतल्यास ही सभासद संख्या वाढत्या लोकसंख्येच्या प्रमाणात वाढणे योग्य ठरले असते. ही परिस्थिती का निर्माण झालो याबाबतचे संस्थेच्या घटणीसानी दिलेले स्पष्टीकरण भारतातील सहकारी चळवळीवर प्रकाश टाकणार आहे. सभासद संख्या वाढल्यास संस्था आपल्या हातातून जाईल अशी सत्ताधारी गटाला भिती वाटते. दुदैवाची गोष्ट म्हणजे विशिष्ट जातीच्याच (उदा. ब्राम्हण व लिंगायत) लोकाना जास्त सभासद करून घेतले जाते. यावरून सामान्य माणूस संस्थेहा सभासद होवुन ग्राहक हिताचे संरक्षण व्हावे हा संस्थेहा मूळ उद्देश्यच बाजुला राहीला आहे, असे म्हणता येईल.

शिधापत्रक धारक:

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था सरकारच्या धोरणानुसार सार्वजनिक वितरण व्यवस्थतीत एक यंत्रणा म्हणून काम करतात. संबंधित संस्थांना हे काम यांगले करता यावे यासाठी शिधाधारकांना शिधापत्रके दिली जातात. या संस्थेचे भागधारक हेच शिधाधारक आहेत. एका शिधापत्रकावर ५ माणसे आहेत असे गृहीत धरले तर निपाणीच्या लोकसंख्येशी शिधाधारकाचे प्रमाण सातत्याने ११ टक्के राहिले आहे. संस्थेकडचे सभासद न वाढल्याने संस्थेला शिधाधारकांचे एकूण लोकसंख्येशी असणारे प्रमाण वाढविता आलेले नाही असे म्हणावे लागेल.

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेने पुरवलेल्या वस्तू:

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्थाचे व्यवहार दोन पातळीवर घालतात असे म्हणता येईल. सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेमार्फत मिळणा-या वस्तूचे वाटप च

स्थानिक पातळीवर वस्तुच्या खरेदी विक्रीचे व्यवहार. सभासदांचे हित ज्या संस्थेला साधावयाचे आहे त्या संस्थेने सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेमार्फत न दिल्या जाणा-या जीवनोपयोगी व अन्य प्रकारच्या वस्तु उपलब्ध करून देण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे. संस्थेने या संदर्भात केलेले व्यवहार कोष्टक ठ-२ मध्ये दर्शविले आहेत.

कोष्टक-२

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेने सरकारी व स्थानिक पातळीवर पुरवलेल्या निरनिराळ्या वस्तु .

(किंमती स्पष्टामध्ये)

वस्तूचे नांव	खरेदी	१९७७-७८ विक्री	खरेदी	१९८६-८७ विक्री
१) तांडुळ:	सरकारी ५४,६९८ स्थानिक २११५४९ स्कूण २७४,१६७	५६,१४० २४२,०६६ २९८,२०६	९४,६३८ ४३,७९८ १३८,३५६	८८,७३४ ४१,११८ १२९,८५२
२) गहुः	सरकारी ३३६ स्थानिक - स्कूण ३३६	३७२ -	५०,३६८ -	५१,०१२ -
३) साखर	सरकारी २८,३१२ स्थानिक - स्कूण २८,३१२	२७,१४४ -	१४८,१७० -	१५५,३५२ -
४) राकिल	सरकारी २०१,७१९ स्थानिक - स्कूण २०१,७१९	२०९,९७० -	५२३,६०७ -	५५१,६५२ -
५) कापड	सरकारी ३७,०५० स्थानिक ५४,८५२ स्कूण ९१,९०२	३७,७८५ ५०,८३९ ८८,२१६	९८,०८२ १४२,७३० १६०,८१२	६,६५३ १७,०९५ २३,७४८
६) पाम तेल	सरकारी - स्थानिक - स्कूण -	- -	९५,३७८ -	१०,००० -

आधार - संस्थेचे वार्षिक अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

- व्यवहार केलेले नाटीत.

टीप : संस्थेने विविध घर्षामध्यें इतर काही वस्तूये केवळ स्थानिक पातळीवर केलेले व्यवहार पुढील कोष्टक-३ मध्यें मांडले आहेत.

कोष्टक - ३

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेने केवळ स्थानिक पातळीवर पुरवलेल्या इतर वस्तूची खरेदी विक्री.

(सम्यामध्यें)

अ. नं.	वस्तूये नांव	१९७७-७८	१९८६-८७
	खरेदी	विक्री	खरेदी

१) जोंधळा	५५, ३५५	-	११, १२४	-
२) दुध	१४७, ४७४	१७२, ८६१	३४०, ८९१	३७७, ४८१

१९७७-७८ १९८६-८७

१) औषधे	२९६, ५८९	३१, ०६६	१५५, २८४	१६६, ५९०
२) ग्लासगो	३९, ५५३	३७, ६९२	३, ६००	३, ६३७
३) व्होल्टाज	५९, ०८५	६१, १५९	५९, ५९७	६३, १२७
४) रिकेट कोलमन	३, ७३९	२, ५५९	६, ६५२	५, ६४०
५) इनोसर्च	३, ६२७	२, ९४९	१, १४९	५, ०५१

१९७७-७८ १९८४-८५

१) फुटवेअर	३७, २१५	४०, ९०६	२७, ०३५	१८, ३१८
२) सिर्मेंट	१४, ५६१	१५, १५६	२२, ०६३	३, ३६७

टीप: १९८४-८५ नंतर संस्थेने घरील वस्तूये व्यवहार केलेले नाहीत.

१९७७-७८ १९८२-८३

१) पोहे	५५, ५०६	-	३, ७६०	-
२) साबन	-	-	३, ६५१	-
३) सोबरेल	-	-	३६२	-

आधार - संस्थेये वार्षिक अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.
- व्यवहार केलेले नाहीत.

कोष्टक क्रमांक २ व ३ च्या आधारे काही महत्वाची अनुमाने काढता येतील.

संस्थेने स्थानिक पातळीवर १९७७-७८ ते १९८६-८७ या कालावधीत ग्राहकांना
ताखर, राफेल, पामतेल, यांचा स्थानिक पातळीवर पुरवठा केलेला नाही.
सभासदांना जास्तीत जास्त वस्तु उपलब्ध करून देण्याचा एक भाग म्हणून संस्थेने
या वस्तुचे विक्री व्यवहार करणे योग्य ठरले असते.

निपाणीतील उपभोक्त्यांच्या आहारातला मुख्य पदार्थ जोँधळा. परंतु
प्रस्तुत अभ्यासाच्या कालावधीत संस्थेने जोँधळ्याची खरेदी-विक्री अत्यंत अल्पप्रमाणात.
केली आहे.

तांदुळ नेहमीच्या आहारातील आणखीन एक महत्वाची वस्तु संस्थेने
सरकारी कोठ्यातून मिळाणा-या तांदळाप्रमाणेच स्थानिक पातळीवरही तांदळाची
खरेदी करून तांदुळ उपलब्ध करून दिला आहे. परंतु याबाबतीत कोणतेही एक सुत्र
आढळत नाही. १९७८-७९ व १९७९-८० मध्ये संस्थेने तांदुळाच्या बाबतीत कोणतेही
स्थानिक व्यवहार केलेले नाहीत.

मात्र अन्य ग्राहकोपयोगी वस्तु पुरवण्याचा संस्थेने प्रयत्न केला आहे.
हा प्रयत्न निश्चितघ उल्लेखनीय मानावा लागेल. या इतर वस्तूमध्ये वैद्यकिय
औषधे, शेतीला आवश्यक रसायने, सिमेंट, दुध, घपला, पोहे, साबण याचा
सूमावेश होतो. पण या वस्तूंची विक्री सातत्याने करण्यात संस्थेला यश आलेले
नाही. काही कालावधीनंतर या वस्तूचे खरेदी विक्री व्यवहार संस्थेने बंद केले आहेत.

औषधे व पादत्राणे पुरवण्याचा संस्थेचा उपक्रम स्तुल्य आहे. परंतु १९८३-
८४ पासून औषधे व १९८५-८६ पासून पादत्राणाचे व्यवहार बंद झाले आहे. हे
व्यवहार बंद होण्याची दोन कारण संस्थेमार्फत सांगण्यात आली.

१) औषधे महाराष्ट्रातून खरेदी करून कनाटिकात विक्राना जादा कर
बसवल्याने किमती जादा ठेवाव्या लागल्या. त्यामुळे औषधाला पुरेसे ग्राहक मिळाले
नाहीत.

२) पादत्राणे विकणे संस्थेला आर्थिक दृष्टया परवडेना. कारण पादत्राणेही महाराष्ट्रातुन आणुन विकली जात. त्यामुळे विक्रीकर जादा होता. तसेच खाजगी स्पर्धकाइतकी विविधता संस्थेच्या मालामध्ये नव्हती. उदा. बाहेर बाटा, कानपुरी, कोल्हापुरी व नवीन पद्दतीची पादत्राणे उपलब्ध होती. संस्थेकडे मात्र अशी विविधता नव्हती.

दुधासारखी जीवनावश्यक पण नाशवंत वस्तू संस्थेने पुरवली आहे. १९७७-७८ मध्ये या संस्थेकडे दरमहा १५० ग्राहक कायमचे व ५० ग्राहक अधुन मधुन दुधाची खरेदी करत असून याकाळात दुधाचा दर ३ रु. इतका होता. १९८६-८७ मध्ये कायमच्या ग्राहकाचे प्रमाण वाढून ३०० इतके झाले व इतर जवळ जवळ ८० ग्राहक दुधाची खरेदी करतात. १९८६-८७ ला दुधाचा दर संस्थेने ६ रु. टेवला होता. बाहेर खाजगी विक्रेत्याकडे हा दर ६.५० इतका होता. म्हणजे दुधाच्या बाबतीत संस्थेने सातत्य टिकवुन ग्राहकांना चांगली सेवा पुरवली आहे. ब-याचवेळा उरलेल्या दुधाचे संस्थेमार्फत दुध पावडर बनवणेसाठी दुध टेणे, चक्का तयार करणे श्रीखड बासुंदी बनवणे किंवा पेढे तयार करण्यासाठी हलवयाला विकणे इत्यादी पर्यायी वापर केले जातात.

ग्राहक सहकारी चळवळ प्राथमिक स्तरावर अधिक बळकट करण्यासाठी या संस्थाची स्पर्धात्मक ताकद वाढली पाहिजे. त्यासाठी ग्राहकोपयोगी विविध वस्तु मध्यवर्ती ग्राहक भाऊंडारातून प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थाना उपलब्ध झाल्या पाहिजेत. परंतु अशा प्रकारच्या वस्तु पुरविणा-या या संस्थेच्या कार्यव्याप्तीवर सुविधा उपलब्ध न झाल्याने मर्यादा पडतात. सहकारी संस्थाच्यामुळे उपभोक्त्याचे व्यापा-याकडून होणारे शोषण थांबावे अशी अपेक्षा असेल. तर या संस्थाना ग्राहकोपयोगी वस्तूच्या पुरवठा योग्य यंत्रणेकडून झाला पाहिजे. हे या संस्थेच्या उदाहरणाने स्पष्ट होईल.

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था घड सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेचा भाग नाहीत व घड ग्राहक सहकारी संस्था म्हणून काम करीत नाहीत असे म्हटले जोत.

कोट्टरक - ४

ग्राहक सहकारी संस्थेये स्थानिक घरेदी विक्रीचे प्रमाणनिपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेये स्थानिक घरेदी विक्रीचे प्रमाण

四庫全書

आधार : संस्थेकडील अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहीती.

या संस्थानी स्थानिक पातळीवर व सरकारी पातळीवर केलेले खरेदी-विक्री व्यवहार अभ्यासल्यात त्यांच्या कार्याचे हे अंग अधिक स्पष्ट होतु शकेल. कोष्टक क्रमांक ४ मध्ये निषाणी ग्राहक सहकारी संस्थेने स्थानिक व सरकारी पातळीवर केलेल्या एकूण खरेदी विक्री व्यवहाराचे स्पष्टीकरण केले आहे. सरकारी खरेदी विक्री मध्यें या संस्था केवळ प्रातिनिधीक स्वस्माचे काम करतात. परंतु स्थानिक खरेदी विक्रीमध्यें या संस्थांनी ग्राहकांच्या गरजा भागविण्यासाठी केलेले व्यवहार स्पष्ट होतात.

कोष्टक ४ च्या आधारे असे दिसते की १९८२-८३ पर्यंत संस्थेने केलेल्या संकंदर खरेदी विक्री व्यवहारात स्थानिक खरेदी विक्रीचे प्रमाण आधिक आहे. १९८२-८३ मध्ये तर स्थानिक खरेदीचे प्रमाण सर्वांत जास्त म्हणजे ९४०.३५ टक्के आहे. परंतु १९८३-८४ नंतर मात्र अशी परिस्थिती आढळत नाही. या वर्षापासून संकंदर खरेदी विक्री व्यवहारात स्थानिक खरेदी विक्रीचे प्रमाण कमी आहे व त्या प्रमाणात घटव्ही झाली आहे. याच्या आधारे असे म्हणता येईल. १९८३-८४ पासून संस्था सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेचा प्रतिनिधी म्हणुन काम करणे अधिक पसंद करते आहे.

ह्याच कोष्टकाचे अधिक विश्लेषण असे दर्शविते की संस्थेच्या खरेदी विक्री व्यवहारात फार मोठे बदल झालेले नाहीत. १९७७-७८ ते १९८६-८७ या कालावधीत खरेदीचे व्यवहार केवळ १४५, ३५१ स्पष्टानी, तर विक्रीचे व्यवहार १४१, ८०२ स्पष्टानी वाढलेले आहेत. या कालावधीतली भारतातील चलनवाढ लक्षात घेतल्यात वास्तव स्वस्मात खरेदी विक्रीच्या व्यवहारात कोणतेच उल्लेखनीय बदल झाले नाहीत असे म्हणावे लागेल.

१९७७-७८ व १९८६-८७ या कालावधीत झालेल्या विक्री व्यवहाराचे एकूण रेशनकार्डधारक व बिगर सभासद याचे प्रत्येक ग्राहकामागील विक्रीचे प्रमाण पुढीलप्रमाणे दर्शविता येईल. (कोष्टक-५).

कोष्टक : ५

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेच्या विक्रीचे सभासद व बिगर सभासद
यांच्यामागील प्रमाण

तन	स्कूण विक्री	रेशन	+	बिगर	किंमत ÷ दरग्राहकामागील
	कार्डधारक		सभासद		विक्री व्यवहार
१९७६-७७	१४, १८, ०५६		६६४ + १२० = ७८४ × १२ = ९, ४०८		१५०.७२
१९८६-८७	१५, ५९, ८५८		६९५ + १५० = ८४५ × १२ = १०, १४०		१५३.८३

आधार : प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

कोष्टक क्रमांक ५ मध्यें १९७६-७७ व १९८६-८७ चे विक्री व्यवहार लक्षात घेवून संस्थेकडे असणारे अधिकृत रेशनकार्डधारक व दरमहा स्थुलमानाने संस्थेकडून वस्तुखरेदी करणारे बिगर सभासद यांची बेरीज करून व त्याला १२ ने गुणुन स्कूण वार्षिक ग्राहक काढले. व या ग्राहकाच्या आकड्याने स्कूण विक्री व्यवहाराला भागुन जे प्रमाण आले ते १९७६-७७ ला १५०.७२ होते व १९८६-८७ ला ते १५३.८३ इतके झाले. म्हणजे या प्रमाणामध्येही अगदी अल्प प्रमाणात वाढ झालेली दिसते.

संस्थेची वित्तउभारणी:

कोणत्याही संस्थेचा आर्थिक पाया जितका बळकट तितकी त्या संस्थेच्या आर्थिक उलाढालीची व्याप्तीही वाढू शकते. ग्राहक सहकारी संस्थाही याला अपवाद असु शकत नाहीत. विशेषतः भाग भांडवलामार्फत पैसा उभारून समाजातील दुर्बल घटकांच्या बचती स्कत्र करणे व त्याना सहकारी चळवळीचे लाभ मिळवून देणे हे काम ग्राहक सहकारी संस्था करू शकतात.

संस्थेच्या उपनियमानुसार या संस्थेचे अधिकृत भाग भांडवल १ लाख स्पर्ये ठरविण्यात आले होते. पैकी राज्य सरकारकडून २५ हजार व भागाच्या विक्रीपासून ७५, ००० स्पर्ये उभारण्याचे ठरविण्यात आले होते. भागांची किंमत १०, १०० व ५०० रु. अशी ठरविण्यात आली होती. भाग भांडवलातील

७० टक्के भाग १०८० किमतीचे २५ टक्के भाग १०० रु. किमतीचे व ५ टक्के भाग ५०० रु. किंमतीचे अशी विभागणी करण्यात आली आहे. त्याबाबतचा तपशील कोष्टक क्रमांक ६ मध्यें दिलेला आहे.

कोष्टक-६

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेच्या भागभांडवलाची

भागानुसार विभागणी

(समयामध्ये)

त्रै	रकूण	रकण भागभीडवल (समयामध्ये)	भागधारकांच्या किमतीचे	भागधारकाच्या २५८ शेअस्त १०० स्पृष्टे किमतीचे	भागधारकाच्या ५८ शेअस्त १०० स्पृष्टे किमतीचे
१९७७-७८	६६३	३७,७४०	४,६४०	१६,६००	१६,५००
१९७८-७९	६६३	३७,७४०	४,६४०	१६,६००	१६,५००
१९७९-८०	६६२	३७,६४०	४,६४०	१६,५००	१६,५००
१९८०-८१	६६५	३७,८५०	४,६५०	१६,७००	१६,५००
१९८१-८२	६७५	३८,२२०	४,७२०	१७,०००	१६,५००
१९८२-८३	६८५	३८,९९०	४,७९०	१७,२००	१७,०००
१९८३-८४	६८०	३८,९४०	४,७४०	१७,२००	१७,०००
१९८४-८५	६८५	३८,९९०	४,७९०	१७,२००	१७,०००
१९८५-८६	६७५	३८,२२०	४,७२०	१७,०००	१६,५००
१९८६-८७	६९५	३९,३६०	४,८६०	१७,५००	१७,०००

आधार : संस्थेकडील अहवाल व नोंदणी पुस्तकातुन प्रत्यक्ष मिळविलेली माहिती.

संस्थेने अधिकृत भाग भांडवलाची उभारणी अद्यापही पूर्ण केलेली नाही.

१९८७ अखेर अधिकृत भाग भांडवलापैकी केवळ ५२०.४८ टक्के भांडवलाचीच उभारणी झालेली आहे. संस्थेचे भागधारकांची संख्या फारशी न वाढविण्याचे धोरण संस्थेच्या भांडवल उभारणीवर मर्यादा आणते आहे. भागधारकामध्ये संस्थेने रक्की महिला

भागधारक सभासद करून घेतलेली नाही. वास्तविक पाहता ग्राहक सहकारी संस्थेमध्ये खेळत्याचे महिलांचा सहभाग असणे अत्यंत महत्वाचे आहे. पण संस्थेने याकडे दुर्लक्ष केले आहे. संस्थेमार्फत महिलानी तयार केलेल्या कोणत्याही वस्तूंची विक्री होत नाही. प्रदर्शन भरवले जात नाही. किंवा जाहीर सेल काढला जात नाही. मात्र मंगल कार्य ताहीत्याचा पुरवठा संस्थेमार्फत केला जातो.

कोष्टक ७
निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेये खेळते भांडवल

((स्पर्धामध्यें))

सन	एकूण खेळते भांडवल	पैकी भाग धारकाकडून ३०%/ बँकाकडून ४५%	पैकी सहकारी व व्यापारी बँकाकडून ४५%	राज्य सरका- रकडून १०%	वित्तसंस्था व संस्थेया नफा १०%	सहकारी पतसंस्था कडून १%
१९७७-७८	१,४८,५७७	४४,५७४	६६,८६०	१४,८५७	१४,८५७	७,४२९
१९७८-७९	१,६०,१४०	४८,०४२	७२,०६३	१६,०१४	१६,०१४	८,००७
१९७९-८०	१,९६,०००	५८,६००	८८,२००	१९,६००	१९,६००	९,८००
१९८०-८१	१,१५,७९०	३४,७३७	५२,१०६	११,५७९	११,५७९	५,७८९
१९८१-८२	१,०८,५३०	३२,५५९	४८,८३८	१०,८५३	१०,८५३	५,४२७
१९८२-८३	१,७७,५७०	५३,२७२	७९,९०६	१७,७५७	१७,७५७	८,८७८
१९८३-८४	२,५२,५५०	७५,७६५	१,१३,६४७	२५,२५५	२५,२५५	१२,६२८
१९८४-८५	२,६१,१००	७८,३३०	१,१७,४९५	२६,११०	२६,११०	१३,०५५
१९८५-८६	२,६७,५६५	८०,२६९	१,२०,४०६	२६,७५६	२६,७५६	१३,३७८
१९८६-८७	२,११,०९०	६३,३२८	९४,९९०	२१,१०९	२१,१०९	१०,५५४

आधार : संस्थेये वार्षिक अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

संस्थेच्या खेळत्या भांडवलाची परिस्थिती कोष्टक ७ मध्ये दिली आहे.

ग्राहक सहकारी संस्थाना दैनंदिन व्यवहार पार पाडण्यासाठी खेळत्या भांडवलाची गरज असते. निपाणी सहकारी संस्थेच्या खेळत्या भांडवलाचे वर्गीकरण असे दर्शविते की,

संस्थेच्या रक्कंदर खेळत्या भांडवलात भाग भांडवलाचे प्रमाण ३० टक्के तर अन्य मार्गाने होणा-या भांडवल उभारणीचे प्रमाण ७० टक्के आहे. संख्या आर्थिक दृष्ट्या स्वावलंबी होण्यासाठी संस्थेने भाग भांडवलावर जास्त भर देणे इष्ट ठरले असते. यामुळे भागधारक संस्थेच्या कामात जास्त लक्ष घालतील अशी अपेक्षा असते. शिवाय कर्जस्वस्पात घेतलेल्या पैशावरील धाव्या लागणा-या व्याजाचा मोबदला कमी होयु शकतो. संस्थेच्या खेळत्या भांडवलात १० वर्षांच्या काळात ४२ टक्के वाढ झाली आहे.

संस्थेचा नफा

कोष्टक - ८

निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेचा रक्कुण व निव्वळ नफा

(स्मार्यामध्ये)

त्रु	रक्कुण नफा	रक्कुण नफ्याची दरमहा सरातरी	निव्वळ नफा	निव्वळ नफ्याची दरमहा सरातरी
१९७७-७८	४४,८३५	३,७३६	११,६६६	९७२
१९७८-७९	५५,९९८	४,६६६	१६,१२५	१,३४३
१९७९-८०	७८,४७३	६,५३९	१२,४०३	१,०३३
१९८०-८१	७६,३३६	६,३६९	६,६२६	५५२
१९८१-८२	७२,४४७	६,०३७	९,२३८	७६९
१९८२-८३	२३,५५८	१,९६३	२८,१२१	२,३४३
१९८३-८४	६९,२०६	५,७६७	३५,२०५	२,९३३
१९८४-८५	५६,८८७	४,७४०	१८,७०९	५,५५९
१९८५-८६	८०,३५०	६,६९५	३७,६८९	३,१४०
१९८६-८७	७६,३५६	६,३६३	१२,६४६	१,०५३

आधार - संस्थेचे वार्षिक अहवाल नोंदणीपत्रक व प्रत्यक्ष माहिती.

सहकारी संस्थांचा मुख्य हेतू नफा मिळवणे हा नसला तरी या संस्थांनी नफा मिळवुन्यो नये असा त्याचा अर्थ करणे योग्य

ठरणार नाही. संस्थेला नफा मिळाल्यास त्यातील काही भाग राखीव निधीत ठेवला जातो. त्यामुळे संस्थेच्या आर्थिक उभारणीला बळकटी येते. निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेच्या नफ्याबाबतया तपशील कोष्टक ८ मध्ये दिलेला आहे. या कालावधीत संस्थेच्या स्कुण नफ्यात ७० टक्के वाढ झालेली आहे. पण संस्थेचा निव्वळ नफा केवळ ८०.४५ टक्क्यांनी वाढलेला आहे. कर्नाटिक शासनाच्या ग्राहक सहकारी संस्थेच्या उपनियमानुसार निव्वळ नफ्याचा २५ टक्के वाटा राखीव निधीत ठेवावा लागतो. निव्वळ नफ्याची रक्कम लक्षात घेतल्यात संस्थेकडे फारमोठा राखीव निधी उपलब्ध नाही.

४४ वर्षीची जुनी असणारी निपाणीतील ही ग्राहक संस्था निष्क्रीय झालेली नाही हे खरे असले तरी ग्राहक सहकारी संस्था म्हणून सभातदत्त्व, वित्त उभारणी वस्तू-सेवांचा पुरवठा या दृष्टिने या संस्थेने भरीव कार्य केलेले नाही असे म्हणता येईल. संस्थेने नमूद केलेली उटिष्टेसाध्य झाली आहेत असेही म्हणता येणार नाही. मोठ्या प्रमाणात ग्राहकोपयोगी वस्तुचे व्यवहार करणे व व्यापा-याकडून होणारे ग्राहकांचे शोषण नियंत्रणाखाली ठेवणे या उटिष्टांच्या पूर्ती इतके व्यवहार या संस्थेने खरितघ केलेले नाहीत.

२) लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्था:

स्थापनेच्या कालक्रमानुसार निपाणीतील ही दुसरी ग्राहक संस्था आहे. याही संस्थेयी कामगिरी पहिल्या संस्थेला लावलेले निकष वापरुनच अभ्यासलेली आहे.

स्थापना:

१९६२ च्या चिनी आक्रमणामुळे भारतात अन्नधान्याची टंचाई निर्माण झाली व जीवनावश्यक वस्तुचे भाव वाढू लागले. ही घलनवाढ रोखण्याताठी केंद्र सरकारने नोव्हेंबर १९६२ मध्ये एक केंद्र पुरस्कृत योजना तयार केली. या योजनेचे मुख्य उटिष्ट शहरी भागातील ग्रहकांना योग्य दराने जीवनावश्यक वस्तुचे वितरण करणे हे होते. या योजनेखाली निपाणीतील दुसरी ग्राहक सहकारी संस्था सुरु झाली.

संस्थेची उट्रिष्टेः

- १) जीवनावश्यक वस्तुचे वितरण सभासद, शिधापत्रधारक व बिगर सभासदात करणे.
- २) संस्थेमार्फत टंचाईच्यावेळी परदेशातून वस्तुची आयात करून वस्तु पुरवणे.
- ३) स्वतःच्या जबाबदारीवर संस्थेमार्फत स्थानिक स्वस्पात खरेटी विक्रीचे व्यवहार करणे.

सभासदत्वः

या संस्थेमध्येही निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेप्रमाणेच भागधारक सभासद व शिधापत्रधारक सभासद याची वेगवेगळी विभागणी केली आहे. मात्र निपाणी ग्राहक संस्थेकडे ज्याप्रमाणें भागधारक हेच शिधापत्रधारक आहे. तशी परिस्थिती या ग्राहक संस्थेच्या बाबतीत नाही. तर संस्थेने भागधारकांशिवाय इतर ग्राहकानाही शिधापत्र पुरवुन आपले सभासदत्व दिले आहे. ही या संस्थेची एक उल्लेखनीय बाब म्हणावी लागेल.

या संस्थेच्या सभासद संख्येतील बदल कोष्टक क्रमांक ९ मध्यें दर्शविले आहे. सभासद संख्येतील वाढ लक्षात घेतल्यास या संस्थेची कामगिरी अत्यंतच असमाधानकारक म्हणावी लागेल. ज्या केंद्र पुरस्कृत योजनेखाली ही संस्था सुरु झाली त्या योजनेनुसार संस्थेये निदान ५०० तरी सभासद असावेत अशी अपेक्षा होती. प्रत्यक्षात १९६२ मध्ये म्हणजे संस्था स्थापन झाली तेंव्हा संस्थेये केवळ १०० सभासद होते. १९६२ ते १९८७ या कालावधीत संस्थेचे सभासद केवळ ५५ नी वाढलेले आहेत. १९८०-८१ पासून तर संस्थेच्या सभासद संख्येत एकाचीही वाढ झालेली नाही. १९६२ मध्ये लोकसंख्येसी असणारे प्रमाण ०.५० टक्के होते. ते १९८६-८७ मध्ये ०.३४ टक्के वर आलेले आहे. ही आकडेवारीच पुरेशी बोलकी आहे.

कोषटक-९

लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थाचे समासद व लोकसंख्येशी प्रमाण

सन	भागधारक	शिधापत्रक धारक	त्या वर्षीची लोकसंख्या	लोकसंख्येशी भागधारकाचे प्रमाण	लोकसंख्येशी शिधापत्रक धारकाचे प्रमाण
१९६२	१००	६०० (३०००)	२०,०००	०.५०	१५.००
१९७७-७८	१५१	८३८ (४११०)	३०,०००	०.५०	१३.९६
१९७८-७९	१५१	७३५ (३६७५)	३०,०००	०.५०	१२.२५
१९७९-८०	१५१	७४० (३७००)	३०,०००	०.५०	१२.३३
१९८०-८१	१५५	८०५ (४०२५)	४५,०००	०.३४	८.९४
१९८१-८२	१५५	९०५ (४५२५)	४५,०००	०.३४	१०.०५
१९८२-८३	१५५	९०८ (४५४०)	४५,०००	०.३४	१०.०८
१९८३-८४	१५५	९२५ (४६२५)	४५,०००	०.३४	१०.२७
१९८४-८५	१५५	८३० (४१५०)	४५,०००	०.३४	९.२२
१९८५-८६	१५५	८१२ (४०६०)	४५,०००	०.३४	९.०२
१९८६-८७	१५५	९१५ (४५७५)	४५,०००	०.३४	१०.६९

आधार : संस्थेचे अहवाल व नांदणी पत्रकावरुन प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

टीप : कंसातील आंकडे हे एका कुटुंबातील ५ माणसे एकारेशनकार्ड मागे गृहीत धरुन काढलेले प्रमाण आहे.

संस्था सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेचा एक प्रतिनिधी म्हणून काम करत असल्याने या संस्थेकडे शिधापत्रधारक आहेत. परंतु शिधापत्रधारक एक संस्थेकडून दुस-या संस्थेकडे बदलण्याच्या सरकारी धोरणामुळे संस्थेच्या शिधापत्रधारकांच्या संख्येतही घटउतार आढळतात.

संस्थेने पुरवलेल्या वस्तु:

कोषटक - १०

अ) लोकतेवा ग्राहक सहकारी संस्थेने स्थानिक व सरकारी
पातळीवर पुरवलेल्या वस्तु-

(किंमती स्पष्टामध्ये)

वस्तूचे नांव	वर्ष : १९७७-७८		वर्ष : १९८६-८७	
	खरेदी	विक्री	खरेदी	विक्री
१) तांदुळः सरकारी	७०३	७२५	१, २६, ३०३	१, ७७, ६३५
स्थानिक	५, ७७, ६०६	६, २०, २०९	११, ४५६	४९, १६९
स्कूण	५, ७८, ३०९	६, २०, ९३४	१, ३७, ७५९	२, २६, ८०४
२) गहू	सरकारी	५, २३९	५, ४५७	५६, ८४३
	स्थानिक	३५३	३८०	-
	स्कूण	५, ५९२	५, ८३७	५६, ८४३
३) साखर	सरकारी	२१, ५४८	२०, ३४३	२, १२, ०००
	स्थानिक	-	-	-
	स्कूण	२१, ५४८	२०, ३४३	२, १२, ०००
४) राफिल	सरकारी	१, ९०, ७८६	२, ७१, ७१८	४, ९४, ७०७
	स्थानिक	-	-	-
	स्कूण	१, ९०, ७८६	२, ७१, ७१८	४, ९४, ७०७
				५, १२, २११

टीप: संस्थेने १९८०-८१ मध्ये २, ५२१ स्पष्टाची पाम तेल सरकारी खरेदी व २, ५९५ रु.
विक्री केली. याच काळात ५३७४ स्पष्टाची रवा, मैदा सरकारी खरेदी व ४८७९ रु.
रवा मैदा विक्री केली होती.
- व्यवहार केलेले नाहीत.

ब) संस्थेने सरकारी कोठयातील पामतेल पुढील वर्षी पुरवले होते.

वस्तूचे नांव	वर्ष: १९८४-८५	वर्ष: १९८५-८६	वर्ष: १९८६-८७
	विक्री खरेदी	विक्री खरेदी	विक्री खरेदी
पाम तेल	१२९६१३	१२६७३५	७७९७१ ७६,०७९
सरकारी			१४१३५१ १३८७२३

क) संस्थेने केवळ स्थानिक पातळीवर पुरवलेल्या इतर वस्तू

वस्तूचे नांव	१९७७-७८	१९७८-७९	१९७९-८०	१९८०-८१	१९८१-८२	१९८२-८३
खरेदी पौहे	५५५०६	२६६२७	२६१९५	२६२०१	१२८३५	३७६०
विक्री	५८५४८	२९८१६	२६९२५	२५९९६	१४४७५	५१५३

आधार : संस्थेचे वार्षिक अद्वाल व प्रत्यक्ष मिळविलेली माहिती.

टीप ; संस्थेने १९८०-८१ व १९८१-८२ या दोन वर्षात अनुमळे १९९० व ३६५१ स्पर्याची साबण खरेदी व १५७५ व ३९४३ स्पर्याची साबण विक्री केली आहे.

संस्थेने १९७७-७८ ते १९८६-८७ या कालावधीत पुरवलेल्या विविध वस्तुंया तपशील दिला आहे. या कोष्टकावरून असे अनुमान काढता येते की या संस्थेने ग्राहक सहकारी संस्था म्हणून कोणतीच उल्लेखनीय कामगिरी केलेली नाही. सरकारकडून मिळाणारा माल घेणे व त्यालाच पुरक अशी मालाची स्थानिक खरेदी विक्री करणे असेच संस्थेच्या व्यवहाराचे सुत्र दिसते. तांदुळ, गहू, साखर, व रांकिल पामतेल या सार्वजनिक वितरणाताठी मिळाणा-या वस्तुशिवाय संस्थेने पौहे व साबण या दोनच वस्तु ग्राहकांना पुरवल्या व त्याही केवळ काही वर्षाताठीच. पाम तेलाच्या बाबतीत मात्र सर्वात जुन्या असणा-या निपाणी ग्राहक सहकारी संस्थेपेक्षा जास्त खरेदी विक्री १९८४-८५, १९८५-८६ व १९८६-८७ या ३ वर्षात सतत केली आहे.

अगदी सुरवातीला १९७७-७८ मध्ये संस्थेकडे सरकारी तांदुळाची खरेदी केवळ ७०३ रु. व विक्री ७२५ रु. इतकी कमी झाली आहे. याच काळात दुस-या संस्थाकडे मात्र जास्त तांदुळ मिळालेला आहे. याबदूलचे कारण सांगतांना संस्थेचे चिटणीस म्हणाले की १९७६-७७ ला संस्थेने स्थानिक पातळीवर मोठ्या प्रमाणात तांदुळाची

खरेदी केली. पण त्यापुमाणात विक्री न झाल्याने बराच तांदुळ शिल्लक राहिला हा खराब होवु नये म्हणून संस्थेने कर्नाटक अन्न पुरवठा खात्याकडे सरकारी तांदुळ कमी देण्याची विनंती करून स्थानिक खरेदीच्या तांदुळाचाच सभासदांना पुरवठा केलेला आहे. हे उदाहरण संस्थेच्या खरेदी धोरणावरही प्रकाश टाकणारे आहे.

संस्थेकडून १९७७-७८ ते १९८२-८३ या सलग वर्षात पौहयाची खरेदी विक्री केली गेली आहे. याशिवाय संस्थेने दोन वर्षासाठी साबण पुरवठा केला आहे. मात्र डाढी व कडधान्यासारखी अत्यंत गरजेची वस्तू संस्थेने एकाही वर्षात पुरवली नाही. ही संस्थेची दोषात्मक बाजु म्हणावी लागेल. ग्राहक सहकारी संस्थाची व्याप्ती अशी नाममात्र राहणार असेल तर या संस्था बाजारामध्ये खाजगी क्षेत्राचे वर्षस्व कमी करू शकणार नाहीत हे उघड आहे.

संस्थेचे खरेदी विक्री व्यवहार:

संस्थेच्या कार्यपददतीचे प्रतिबिंब संस्थेच्या खरेदी व विक्री व्यवहारातही दिसते. कोष्टक-११ असे दर्शविते की १९७९-८० पर्यंत संस्थेच्या एकूण खरेदी विक्री व्यवहारात स्थानिक खरेदी विक्रीचे प्रक्षाण निम्यापेक्षा जास्त होते. पण १९८०-८१ पासून ही परिस्थिती एकदम उलटी झालेली आहे. १९८३-८४ मध्यें संस्थेच्या एकंदर उलाढाली केवळ सरकारी खरेदी विक्रीशी निगडीत आहेत. १९८५-८६ पासून यात घोडेसे बदल झालेले आहेत. पण हे बदल उल्लेखनीय आहेत असे म्हणता येणार नाहीत. सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेमार्फत मिळणा-या मालाची खरेदी विक्री करून पदरात पडेल तेवढया नफ्यावर समाधान मानने अशा प्रकारच्या ग्राहक सहकारी संस्था ग्राहकाचे हित कसे जाधणार हा प्रश्न महत्वाचा आहे.

१९७७-७८ ते १९८१-८२ या कालावधीत सरकारकडून मिळणा-या तांदुळ व स्थानिक गव्हाच्या खरेदी विक्रीचे व्यवहार केवळ नाममात्र आहेत (कोष्टक-१०). परंतु संस्थेकडे शिधापत्रधारक आहेत. व या शिधापत्रधारकांना बाजारातील किंमतीपेक्षा कमी किमतीला तांदुळ व गहु उपलब्ध न होणे हा सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेतला एक दोष म्हणावा लागेल. परंतु सरकारी मालाच्या उलाढालीवर अवलंबून न रहाता आपले व्यवहार वाढविणे व त्यासाठी घाऊक ग्राहक सहकारी भांडारातून माल मिळवणे असे प्रयत्न संस्थेने केलेले नाहीत.

कोडिक : ६६
लोकसेवा ग्राहक संस्थेने तरकारी व स्थानिक पातळीपर केली घेई
विक्री व्यवहार

(समयांदर्शक)

सन	एकूण खरेटी	पैकी सरकारी स्थानिक खरेटी	पैकी सरकारी स्थानिक खरेटीचे प्रमाण	पैकी सरकारी स्थानिक विक्री	पैकी सरकारी स्थानिक विक्रीचे प्रमाण
१९७७-७८	४५२२३२	२१८२७६	२३३१५६	४८०२७	५१०७३
१९७८-७९	३०५१२३	११६१८६	१०८३३७	६४०५०	३५०५०
१९७९-८०	३८४१११	१७२८३४	२१३२३७	४४०६४	५५०३६
१९८०-८१	५९२१०२	५९२११३	७९१८९	८६०५०	१३०५०
१९८१-८२	४३६०८६	४१७९१७	१८१४६	९५०८४	४०९८६
१९८२-८३	५३६१७१	५१२४८३	२४४९६	९५०४४	४०९५६
१९८३-८४	५९२६३१	५८४४५०	८१८९	९८०६२	१०३८८
१९८४-८५	७६५८१३	७०७९६२	५७१३३	१२०४५	७०५५५
१९८५-८६	१११२६०३	१५५२१७८	३६०४४२	८१०१६	१४०४८
१९८६-८७	१६११५०२	१०२८५७	५१०११६	६३०५२	५१०५२

आधार : संस्थेये अहवाल व नोंदांपत्रक तसेच प्रत्यक्ष मिळविली माहिती.

संस्थेची वित्तउभारणी

कोष्टक : १२

लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थेचे भागभांडवलाची
भागानुसार विभागणी-

(समयामध्ये)

तन	संकूण भाग धारक	संकूण भाग भांडवल	पैकी ४५%	पैकी ४०%	पैकी १०%	पैकी ५%
१९७७-७८	१५१	२१६७०	६७०	६,०००	७,५००	७,५००
१९७८-७९	१५१	२१६७०	६७०	६,०००	७,५००	७,५००
१९७९-८०	१५०	२१,६७०	६७०	६,०००	७,५००	७,५००
१९८०-८१	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८१-८२	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८२-८३	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८३-८४	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८४-८५	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८५-८६	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००
१९८६-८७	१५५	२१,९००	७००	६,२००	७,५००	७,५००

आधार : संस्थेचे अहवाल व नोंदणीपत्रक तसेच प्रत्यक्ष मिळविलेली माहिती.

संस्थेचे भागभांडवल व संस्थेने त्याची भागधारकानुसार केलेली विभागणी यावर कोष्टक १२ प्रकाश टाकु शकेल. संस्थेने अधिकृत भागभांडवलाचे विभाजन पुढीलप्रमाणे केलेले आहे.

संकूण भागाच्या ४५ टक्के भाग	१० रु. किंमत
संकूण भागाच्या ४० टक्के भाग	१०० रु. किंमत
संकूण भागाच्या १० टक्के भाग	५०० रु. किंमत
संकूण भागाच्या ५ टक्के भाग १,००० रु. किंमत	

१० वर्षांच्या कालावधीत संस्थेने भागभांडवल उभारणीमध्ये कोणतीही उल्लेखनीय प्रगती केलेली नाही. संस्थेच्या नियमानुसार संस्थेचे अधिकृत भागभांडवल ७५,००० स्पये निश्चित करण्यात आले आहे. पैकी ५०,००० स्पये भागधारक सभासदांच्याकडून उभे करावयाचे आहेत. यापैकी केवळ ४९.८० टक्के भांडवलाचीच उभारणी झालेली आहे. १० वर्षांच्या कालावधीत संस्थेचे वसूल भांडवल केवळ १२३० स्पयानी वाढलेले आहे.

संस्थेचे खेळते भांडवल

कोष्टक - १३ लोकसेवा ग्राहक सटकारी संस्थेचे खेळते भांडवल

(स्पयामध्ये)

सन	स्कण खेळते भांडवल	पैकी ३०% भाग धारका कडून	पैकी ४५% सटकारी व व्यापारी बँकाकडून	पैकी राज्य सरकार कडून	पैकी वित्त संस्था व संस्थेचा नफा १०%	पैकी सरकारी पतसंस्थेकडून ५%
१९७७-७८	५७,२४५	१७,१७४	२५,७६९	५,७२४	५,७२४	२,८६२
१९७८-७९	५७,५४६	१७,२६४	२५,८९५	५,७५४	५,७५४	२,८७७
१९७९-८०	५९,०३१	१७,७०९	२६,५६४	५,९०३	५,९०३	२,९५२
१९८०-८१	६६,४२८	१९,९२९	२९,८९४	६,६४२	६,६४२	३,३२९
१९८१-८२	६७,१०७	२०,१३३	३०,१९९	६,७१०	६,७१०	३,३३५
१९८२-८३	७०,७५२	२१,२२६	३१,८३८	७,०७५	७,०७५	३,५३८
१९८३-८४	६८,७२३	२०,६१७	३०,९२६	६,८७२	६,८७२	३,४३६
१९८४-८५	८३,५३४	२५,०६०	३७,५९१	८,३५३	८,३५३	४,१७७
१९८५-८६	७५,७०९	२२,७१४	३४,०७०	७,५७०	७,५७०	३,७८५
१९८६-८७	७५,८०३	२२,७४९	३४,११२	७,५८०	७,५८०	३,७९०

अगथार : संस्थेचे वार्षिक अहवाल व चिटणीसाकडून प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

१९७७-७८ मध्ये संस्थेचे एकूण खेळते भांडवल ५७,२४८ स्पर्ये होते. १९८६-८७ मध्ये खेळते भांडवल ७५,८०३ स्पर्ये झालेले आहे. नटेशन समितीच्या शिफारझीनुसार प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था योग्य पद्धतीने यात्रा राहण्यासाठी संस्थेचे भाग भांडवल किमान ५०,००० स्पर्ये असावे. पण या संस्थेचे भाग भांडवल कमी असल्याने ही संस्था खेळल्या भांडवलाबाबत समाधानकारक आहे असे म्हणणे अवघड आहे. तसेच खेळत्या भांडवलासाठी स्वतःचा पैसा न उभारता व्यापारी व सहकारी बँकाकडून खेळते भांडवल उभारण्याची प्रवृत्ती याही संस्थेबाबत आढळते.

संस्थेचा नफा:

कोष्टक - १४

लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थेचा एकूण व निव्वळ नफा

(स्पर्यामध्ये)

तन	एकूण नफा	निव्वळ नफा	एकूण नफ्याची दरमहा सरातरी	दरमहा सरातरी निव्वळ नफ्याची
१९७७-७८	१३,१४०	२,६०६	१,०९५	२१७
१९७८-७९	११,१३४	९९४	९१७	८२
१९७९-८०	११,४८८	८६९	९५७	७९
१९८०-८१	११,६४७	६,४०२	१,६३७	५३३
१९८१-८२	१३,३३८	१,९३३	१,१११	१६१
१९८२-८३	१२,४६२	१,७३९	१,०३८	१४४
१९८३-८४	१८,५३९	२,८३२	१,५४४	२३६
१९८४-८५	१७,३४३	७,४०३	१,४४५	६१७
१९८५-८६	११,९१३	५,१८४	१,८२६	४३२
१९८६-८७	२४,०९९	५,१३४	२,०००	४२७

आधार : संस्थेचे अववाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

लोकसेवा ग्राहक संस्थेने मिळवलेला १० वर्षातील रकूण नफा पाहिला तर त्यात १३,१४० स्पष्टे वर्सन २४,०११ स्पष्टे इतकी म्हणजे १० वर्षात केवळ १०,८७९ स्पष्टे खंडीच वाढ झाली. निव्वळ नफा देखील २,५२८ स्पष्टानी वाढला आहे. मात्र निव्वळ व रकूण नफ्याची दरम्हा सरातरी पाहिली. तर ह्या नफ्याचे प्रमाण फारसे चांगले म्हणता येणार नाही. निव्वळ नफ्यामध्ये तर १९७९-८० मध्ये दरम्हा सरातरी केवळ ७१ स्पष्टे खंडी कमी होती. इतक्या कमी प्रमाणात निव्वळ नफा मिळू लागला तर भविष्य काळात संस्था आपली आर्थिक व इतर प्रगती चांगल्यापुकारे करू शकणार नाही. असे ठाम्पणे आपल्याला म्हणता येईल.

या संस्थेहा १० वर्षांच्या कारकिर्दीचा आढावा असे दर्शवितो की संस्थेने नमूद केलेली उट्रिष्टे साध्य करण्यात संस्थेला यश आलेले नाही. शिधापत्रधारकांना सरकारकडून आलेल्या वस्तु वाटणे यावरच संस्थेने लक्ष केंद्रीत केलेले आहे.

३) युनियन ग्राहक सहकारी संस्था:

लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थेची समकालीन संस्था म्हणून युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेहा उल्लेख करता येईल. ही संस्था १९६३ मध्ये केंद्र सरकारने जाहीर केलेल्या केंद्र पुरस्कृत योजनेचा एक भाग म्हणून स्थापन झाली. भारतातील सहकारी चळवळ सरकारी पुढाकारातूनच विकसित झालेली आहे. असे मानले जाते. त्याचे उदाहरण म्हणून या दोन्ही संस्थाचा उल्लेख करावा लागेल. या दोन्ही ही संस्थांना केंद्र पुरस्कृत योजनेमार्फत स्थापना करताना ५,००० स्पष्टाची आर्थिक मदत अनुदानाच्या स्वस्यात मिळाली होती.

उट्रिष्टे :

१९६० च्या कर्नाटिक सहकारी पोटनियमाला अनुसरून या संस्थेची पुढील उट्रिष्टे आढळतात.

१) रेशनकाडे धारक सभासदामध्यें सरकारी कोठयातून मिळालेल्या वस्तुचे प्रमाणबद्ध वाटणे करणे.

२) बिगर सभासदासाठी स्थानिक स्वसमात खरेदी केलेल्या मालाची विक्री करणे.

३) अन्नधान्याची टंचाई असेल तेंव्हा परदेशातून अन्नधान्याची आयात करून त्याचे वाटप शिधापत्रधारकात करणे.

४) सरकारी कापडाचे वाटप बिगर सभासदानाही करणे.

सभासदत्त्वः

संस्थेच्या सभासद संख्येत १९६३ ते १९८६-८७ पर्यंत झालेले बदल व संस्थेकडे असणारे शिधापत्रधारक याबाबतची माहिती कोष्टक १५ मध्यें दिली आहे.

कोष्टक - १५

युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेचे सभासद व त्याचे लोकसंख्येशी प्रमाण

सन	भागधारक संख्या	शिधापत्रधारक संख्या	त्यावर्षीची लोकसंख्या	लोकसंख्येशी भागधारकांचे प्रमाण	लोकसंख्येशी शिधापत्रधारकांचे प्रमाण
१९६३	१००	५०० (२५००)	२०,०००	०.५०	१२०.५०
१९७७-७८	३१५	५३५ (२६७५)	३०,०००	१,०५	८,९९
१९७८-७९	३१७	५८७ (२९३५)	३०,०००	१०.०६	९०.७६
१९७९-८०	३२०	५९० (२९५०)	३०,०००	१०.०६	९०.८३
१९८०-८१	३१०	६०० (३०००)	४५,०००	०.६८	६.६६
१९८१-८२	३०२	६१० (३०५०)	४५,०००	०.६७	६.७७
१९८२-८३	३१७	६२५ (३१२५)	४५,०००	०.७०	६.९४
१९८३-८४	३१७	६२५ (३१२५)	४५,०००	०.७०	६.९४
१९८४-८५	३२२	६२८ (३१४०)	४५,०००	०.७१	६.९७
१९८५-८६	३२८	६१५ (३०७५)	४५,०००	०.७२	६.८३
१९८६-८७	३४०	६२२ (३११०)	४५,०००	०.७५	६.९१

आधार : संस्थेकडील वाणिज अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

टीप : कंसातील आंकडे हे एका रेंगन कार्डमागे कुटुंबातील ५ माणसे गृहीत घरून काढलेली संख्या आहे.

संस्थेच्या स्थापनेच्यावैली संस्था योग्य पद्धतीने घालावी यासाठी नटेशन समितीने सुचवलेली २५० सभासद संख्या याही संस्थेकडे नव्हती. या कोष्टकावरूप असेही दिसून येते की १९७७-७८ ते १९८६-८७ या काळातील संस्थेची सभासद संख्या केवळ २५ ने घाटलेली आहे. पण नमूद करण्याजोगी घटना म्हणजे १९८०-८१ व १९८२-८३ मध्ये सभासदांची संख्या घटली आहे. निपाणीच्या लोकसंखेशी या भागधारकाचे प्रमाण जेमतेम १५ आहे. शिधापत्रधारकांच्या संख्येतही घटुतार दिसतात. याचे कारण प्राथमिक ग्राहक संस्थाकडील शिधापत्रधारकांची संख्या यिक्कोडी तालुका सहकार विभागाकडून ठरविली जाते. त्यामुळे खादी नवी ग्राहक सहकारी संस्था निधाली तर अन्य संस्थाच्या शिधापत्रधारकांची संख्या बदलते. संस्थेये भागधारक विशिष्ठ जमातीचे करण्याची संस्थेचीही प्रवृत्ती आढळली. सावजिकच संचालक मंडळातही त्याच जमातीचे लोक निवडून दिले जातात.

कोष्टक १६ ये स्कूण ३ भागात विभाजन केले आहे. (अ) मध्ये संस्थेने सरकारी व स्थानिक पातळीवर पुरवलेल्या वस्तु, (ब) मध्ये पामतेलावी खरेदी विक्री, व (क) मध्ये संस्थेने पुरवलेल्या केवळ स्थानिक स्वरूपातील विविध वस्तु यांचा समावेश केला आहे.

लोकसेवा ग्राहक संस्थेप्रमाणे युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेची १९७७-७८ मधील सरकारी तांदुळाची विक्री अत्यंत कमी आहे. मात्र १९८६-८७ ला ती वाढली आहे. संस्थेने कापड केवळ सरकारी पातळीवरच पुरवले आहे. विविध वस्तुमध्ये जोंधळा, पोहे, घासपूळ या सारख्या वस्तु संस्थेने दीर्घ काळ पर्यंत पुरवण्यात यश मिळवले आहे. याशिवाय निपाणीतील ग्राहकांना या संस्थेने हरभरा डाळ व मसुर या कडधान्याचा पुरवठा अल्प प्रमाणात का होईना पण केला आहे ही विशेष उल्लेखनीय बाब म्हणावी लागेल. साबण, घुरमुरे या सारख्या वस्तुही संस्थेने अल्पप्रमाणात पुरवल्याआहेत.

निपाणीतील लोकसेवा ग्राहक संस्थेशी तुलना करता युनियन ग्राहक संस्थेने स्थानिक पातळीवरील खरेदी विक्री व्यवहार जास्त वस्तुये केलेले आहेत. या व्यवहारामध्ये जोंधळा, साबण, छोबरेल तेल व घासपूळ या वस्तुये व्यवहार समाधानकारक म्हणता येतील. जीवनोपयोगी वस्तु पुरविण्याचे हे प्रयत्न घालु ठेवले तर भविष्यकाळात संस्थेये कार्य भरीच होवु शकेल.

वस्तुंया पुरवठा:

अ) कोष्टक-१६

युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेने सरकारी व
स्थानिक स्वस्पात पुरवलेल्या वस्तु -

(किंमत स्पष्टामध्ये)

वस्तुचे नांव	वर्ष १९७७-७८		वर्ष १९८६-८७	
	खरेदी	विक्री	खरेदी	विक्री
१) तांदुळ: सरकारी	-	७२	९९,९५१	९९,८९५
स्थानिक	१,७२,७५५	७२,२५३	-	-
स्कुण	१,७२,७५५	७२,३२५	९९,९५१	९९,८९५
२) गहु: सरकारी	८,७२७	-	३,८५८	४,८३५
स्थानिक	८,७९९	८,५७७	-	-
स्कुण	१७,५२६	८,५७७	३,८५८	४,८३५
३) साखर: सरकारी	२५,०६१	२३,५९६	२,४३,२१०	२,५२०
स्थानिक	१,४१२	१,४२४	-	-
स्कुण	२६,४७३	२५,०२०	२,४३,२१०	२,५२०
४) कापड: सरकारी	४१,१७०	४२,८०१	५,२३१	५,३०५
स्थानिक	-	-	-	-
स्कुण	४१,१७०	४२,८०१	५,२३१	५,३०५

ब) कोष्टक-१६

वर्ष	१९८०-८१	१९८४-८५	१९८५-८६	१९८६-८७
------	---------	---------	---------	---------

पामतेल:

खरेदी	२,५३९	९९,८७५	७९,५००	७२,५४१
विक्री	२,५८९	१,०६,७८३	७०,६८६	७३,२५८

आधार: संस्थेचे वार्षिक अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

टीप: संस्थेने पामतेलाचे १९८०-८१, १९८४-८५ व १९८६-८७ या वर्षी सरकारी पातळीवर खरेदी विक्री व्यवहार केले आहेत. तसेच १९८०-८१ मध्ये ३४३०

स्पष्ट रवा, मैदा खरेदी व ३२३६ स्पष्ट रवा मैदा विक्री केली आहे.

१९८१-८२ ला २७८ स्पष्टाची रवा मैदा विक्री संस्थेने केली आहे.

-व्यवहार केलेले नाहीत.

क) कोष्टक - १६

युनियन ग्राहक संस्थेने केवळ स्थानिक पातळीवर
खरेदी विक्री केलेल्या विविध वस्तु-

(स्पष्टामध्ये)

वस्तु	वर्ष	खरेदी	विक्री
१) जोँधळा	१९७७-७८	८१,७६९	८६,२०५
	१९७८-७९	६०,८००	६२,८२०
	१९७९-८०	९१,६७०	९४,२४३
	१९८०-८१	९७,४३४	९०,२३७
	१९८१-८२	७५,६८५	७८,६८०
	१९८२-८३	५०,४४९	५३,४४८
	१९८३-८४	९०,०१२	९३,५५६
	१९८४-८५	४६,६०५	४८,७९४
	१९८५-८६	४०,७६४	४२,६७५
२) पांडे	१९७७-७८	९,५८६	९३,१०५
	१९७८-७९	१२,१३३	१२,२५३
	१९७९-८०	१६,१०२	१६,२७२
	१९८०-८१	१६,८४४	१८,९२५
	१९८१-८२	७,३४६	८,९१५
	१९८२-८३	६,७६६	७,२३६
	१९८३-८४	१,५८३	१,६५४
	१९८४-८५	४,५१९	४,६६९
	१९८५-८६	२,२७७	२,४६२
३) साबण	१९८१-८२	३,०५५	३,२३३
	१९८२-८३	३,९७९	३,९५९
	१९८३-८४	४,८६४	२,२३३
	१९८४-८५	४,८००	५,००४
४) खोबरेल	१९८२-८३	३,०५५	३,०६५
	१९८३-८४	३,७७९	३,८५०
	१९८४-८५	१,८६३	२,०२९
	१९८५-८६	४,८६४	५,०५१

क) कोष्टक-१६ .

वस्तु	वर्ष	खरेदी	विक्री
५) हरभरा डाळ	१९८२-८३	३३७	३४७
	१९८४-८५	६६३	-
६) मसुर	१९७७-७८	३५७	३७९
	१९७८-७९	५२८	५६२
	१९७९-८०	९३२	१,०१०
	१९८०-८१	१,५३०	१,६१०
	१९८३-८४	१,०४१	१,१३३
	१९८४-८५	१,२२९	१,२८७
	१९८५-८६	१,४३०	१,४९२
७) घहापुड	१९७७-७८	१४,८६५	-
	१९७८-७९	१८,६४९	२०,२८५
	१९७९-८०	१५,९६४	१८,०९३
	१९८०-८१	१९,१७७	२०,४८२
	१९८१-८२	२१,७७४	२३,७८५
	१९८२-८३	२७,६८७	३१,५५३
	१९८३-८४	३८,५७८	३९,९०३
	१९८४-८५	३२,७४७	३४,८२४
	१९८५-८६	२२,१५४	२५,८१६

आधार : संस्थेचे वार्षिक अहवाल व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती。
- माहिती उपलब्ध नाही.

या संस्थेच्या सरकारी व स्थानिक खरेदी विक्रीच्या व्यवहाराचे पृथःकरण कोष्टक १७ मध्ये दिलेले आहे. निपाणी ग्राहक व लोकसेवा ग्राहक संस्थांच्यापेक्षा या संस्थेचे सरकारी व स्थानिक खरेदी विक्रीचे व्यवहार वेगळी प्रवृत्ती दर्शीवितात. संस्थेच्या एकुण खरेदी विक्री व्यवहारात स्थानिक खरेदी विक्रीचे प्रमाण सरकारी खरेदी विक्रीपेक्षा नेहमीच जास्त राहिलेले आहे. केवळ सरकारी खरेदी विक्रीवर अवलंबून न रहाता स्थानिक पातळीवर जीवनावश्यक वस्तुंया पुरवठा करणे हा या संस्थेने केलेला प्रयत्न निश्चितच घागताही मानावा लागेल. १९७७-७८ ते १९८६-८७

युनियन ग्राहक संघेते फरकीरी व ल्यानिक एकुआ खोदेटे विडो व्यवहार
(सामाजिक मैत्रे)

आधार : सेक्टरिल अस्वाल व प्रत्यक्ष मिक्कली मानिहती।

या वर्षाच्या कालावधीत संस्थेच्या खरेदीची विक्री व्यवहारात २ पटीने वाढ झाली आहे. त्याचे श्रेय प्रामुख्याने संस्थेने केलेल्या सरकारेतर व्यवहारांना घावे लागेल.

कोष्टक : १८

युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेच्या भागभांडवलाची
भागानुसार विभागणी

सन	संकुण भाग धारक	संकुण भागभांडवल	पैकी ६० % किंमतीचे	पैकी ३५ % किंमतीचे	पैकी ५ % किंमतीचे
१९७७-७८	३१५	२०,८९०	१,८९०	११,०००	८,०००
१९७८-७९	३१७	२१,०००	१,९००	११,१००	८,०००
१९७९-८०	३२०	२१,१२०	१,९२०	११,२००	८,०००
१९८०-८१	३१०	२०,६६०	१,८६०	१०,८००	८,०००
१९८१-८२	३०२	२०,४००	१,८००	१०,६००	८,०००
१९८२-८३	३१७	२१,०००	१,९००	११,१००	८,०००
१९८३-८४	३१७	२१,०००	१,९००	११,१००	८,०००
१९८४-८५	३२२	२१,२३०	१,९३०	११,३००	८,०००
१९८५-८६	३२८	२१,४७०	१,९७०	११,५००	८,०००
१९८६-८७	३४७	२१,९५०	२,०५०	११,९००	८,०००

आधार : संस्थकडील अहवाल व नोंदणीपत्रक तसेच प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

संस्थेच्या भाग भांडवलाची उभारणी निपाणी ग्राहक व लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थेपेक्षा थोडी वेगळी आहे. या दोन्ही संस्थामध्यें संकुण भागभांडवलात १० स्पर्धे किंमतीच्या भागाचे प्रमाण ४५ टक्के आहे. तर या संस्थेबाबत हे प्रमाण ६० टक्के आहे. यामुळे संस्थेच्या भागभांडवल उभारणीत समाजातील सामान्य माणसांचा जास्त हातभार लागू शकेल. १९७७-७८ मध्यें संस्थेच्या संकुण भागधारकात १० स्पर्धे किंमतीचे भाग घेतलेले १८९ भागधारक होते. तर १९८६-८७ मध्ये १० स्पर्धे किंमतीचे

भागधेतलेल्या भागधारकांची संख्या २०६ झाली. परंतु संस्थेची भाग भांडवलातील वाढ अन्य संस्थाप्रमाणेच अल्प आहे. १० वर्षांच्या कालावधीत संस्थेचे भाग भांडवल केवळ १०६० स्पष्टानी वाढलेले आहे. याचा परिणाम याही संस्थेच्या खेळत्या भांडवलावर झालेला दिसतो.

कोष्टक -१९
युनिषन ग्राहक सहकारी संस्थेचे खेळते भांडवल

(स्पष्टानीमध्यें)

सन	स्कूण खेळते भांडवल	पैकी भाग धारकाक- भांडवल	पैकी सहकारी व व्यापारी बँकाकडून	पैकी राज्य सरकारकडून	पैकी वित्त संस्था व संस्थेचा नफा १०%	पैकी सहकारी पतसंस्थे- कडून ५%
१९७७-७८	९५,०००	२८,५००	४२,७५०	९,५००	९,५००	४,७५०
१९७८-७९	९२,०००	२७,६००	४१,४००	९,२००	९,२००	४,६००
१९७९-८०	८५,०००	२५,५००	३८,२५०	८,५००	८,५००	४,२५०
१९८०-८१	८२,०००	२४,६००	३६,९००	८,२००	८,२००	४,१००
१९८१-८२	९२,०००	२७,६००	४१,४००	९,२००	९,२००	४,६००
१९८२-८३	९०,०००	२७,०००	४०,५००	९,०००	९,०००	४,५००
१९८३-८४	९२,०००	२७,६००	४१,४००	९,२००	९,२००	४,६००
१९८४-८५	८५,०००	२५,५००	३८,२५०	८,५००	८,५००	४,२५०
१९८५-८६	९५,०००	२८,५००	४२,७५०	९,५००	९,५००	४,७५०
१९८६-८७	९५,०००	२८,५००	४२,७५०	९,५००	९,५००	४,७५०

आधार - संस्थेचे अहवाल व नोंदणी पत्रकातून प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

संस्थेचे खेळते भांडवल "गतिरहीत" अवस्थेत असल्याचे दिसते. या खेळत्या भांडवलात भागभांडवलाचे प्रमाण ३०% आहे. आर्थिक उभारणीमध्यें स्वतःची आर्थिक ताकद वाढविण्याचा प्रयत्न निषाणीतील कोणत्याच ग्राहक सहकारी संस्थेने केलेला नाही.

निपाणीतील सर्व संस्थांच्याकडे भागधारकाकडील भांडवलातील खेळत्या भांडवलासाठी घेतलेले प्रमाण सर्व सारखेच आढळते. याचे कारण विचारता या संस्थेये सेक्रेटरी म्हणाले की साधारणपणे २५ ते ३० टक्के भाग भांडवलच आम्ही खेळत्या भांडवलासाठी वापरतो. व उरलेले २५ टक्के राखीव निधीत ठेवतो. तसेच अचानक संत्थेला काही अडचणी आल्या, संस्था बुडीत निधाली तर सभासदांना संस्थेकडून फसवले जाऊ नये म्हणून ५० टक्के भाग भांडवल संस्था संकटकालीन मदत म्हणून तसेच बळीत ठेवतो. व इतर मार्गाने भांडवल गोळा करते. अर्थात दुसरीकडून भांडवल आणल्याने संस्थेला जार्त व्याजाचा भुर्डही बसतोच.

संस्थेचा नफा:

कोष्टक - २०

युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेचा एकूण व निव्वळ नफा

(समयामध्ये)

सन	एकूण नफा	एकूण नफ्याची दरमहा सरातरी	निव्वळ नफा	निव्वळ नफ्याची दरमहा सरातरी
१९७७-७८	१९,४४६	१,६२०	७,१२८	५९४
१९८७-८९	२३,५०८	१,९५९	१३,०८६	१,०९०
१९७९-८०	२७,२७४	२,२७२	९,८५३	८२९
१९८०-८१	३६,४६०	३,०३८	१६,३६७	१,३६३
१९८१-८२	३१,५३७	२,६२८	२४,०७०	२,००५
१९८२-८३	४१,३४४	३,४४५	२०,१४२	१,६७८
१९८३-८४	२९,४३४	२,४५२	५,९४१	४९५
१९८४-८५	३९,७८९	३,३९५	१३,००२	१,०८३
१९८५-८६	३०,५६२	२,५४६	८,३२९	६९३
१९८६-८७	३१,५२२	२,६२६	७,२२८	६०२

आधार : संस्थेचे अहवाल, नोंदणीपत्रक व प्रुत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

संस्थेच्या नफ्याबाबतची माहिती कोष्टक २० मध्ये दिलेली आहे. या संस्थेच्या बरोबरीने सुरु झालेल्या लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्थेक्षेत्र युनियन ग्राहक सहकारी संस्थेची एकूण नफ्याबाबतची परिस्थीती तुलनात्मक दृष्ट्यां थोडी चांगली आहे. परंतु संस्थेच्या राखीव निधीत भरपूर वाढ होत्या शकेल इतका नफा संस्थेने खर्चितच मिळवलेला नाही.

४) महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्था:

स्थापना:

१९४४ मध्ये निपाणीत पहिली ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन झाली. १९६३ मध्ये म्हणजे १९ वर्षांनी आणखीन दोन ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन झाल्या. या दोन संस्थांच्या स्थापनेनंतर बरोबर २० वर्षांनी १९८३ मध्ये महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्था निर्माण झाली.

१९८३ ते ८७ हा चारच वर्षांचा कालावधी सखादा संस्थेचे मुल्यमापन करण्याच्या दृष्टिने पुरेसा मानता येणार नाही. परंतु या संस्थेच्या स्थापनेमुळे ग्राहक सहकारी चळवळीत काही उल्लेखनीय घटना घडल्या.

भारतातील ग्राहक सहकारी चळवळीत महिला सभासद असाव्यात अशी शिफारस १९६३ मध्येच नठेशन समितीने केलेली होती. परंतु निपाणीतील कोणत्याही ग्राहक संस्थाकडे महिला सभासद आढळत नाहीत. मात्र ही संस्था महिलाचीच आहे. व या महिलाच याचे व्यवस्थापन किंवा आर्थिक व्यवहार पाहतात. तसेच मुळ्य म्हणजे जास्तीत जास्त महिला कामगार वर्गातील आहेत.

ही संस्था शाखा पद्धतीने कार्य करते. निपाणीमध्ये या संस्थेच्या २ शाखा व अक्कोळ, पटूणकुडी या ग्रामीण भागात २ शाखा कार्यरत आहेत.

उद्दिष्टे:

- १) महिलांना संस्थेच्या आर्थिक व्यवहारात व व्यवस्थापनात प्राधान्य देणे.
- २) महिलासाठी विविध आर्थिक बचत योजना राबवून त्यांच्यातील संघटन वाढविणे.
- ३) ग्रामीण व शहरी भागातील कामगार वर्गातील लोकांना व इतर बिगर सभासद व्यक्तीना जीवनावश्यक वस्तुंया पुरवठा करणे.
- ४) स्थानिक स्वरूपात शाबू, बल्ब, काडेपेटी, डालडा, कुटाणे डाळ व कडधान्ये यांचा पुरवठा करणे.

५) शेतक-यांना खते, औषधे, किटकनाशके यांचा पुरवठा करणे, इत्यादी.

सभासदत्वः

कोष्टक - २१

महिला बहुउद्देशीय ग्राहक संस्थेचे सभासद
व लोकसंख्येशी प्रमाण -

सन	भागधारक संख्या	शिधापत्रधारक संख्या	त्या वर्षाची लोकसंख्येशी लोकसंख्या	भागधारकाचे प्रमाण	लोकसंख्येशी धारक प्रमाण
१९८३-८४	१६००	१२००(६०००)	४५,०००	३.५५	१३०.३३
१९८४-८५	१७९५	१५००(७५००)	४५,०००	३.९८	१६०.६६
१९८५-८६	१८००	१५००(७५००)	४५,०००	४.००	१६०.६६
१९८६-८७	१८००	१२००(६०००)	४५,०००	४.००	१३०.३३

आधार - संस्थेचे नोंदणीपत्रक व प्रृत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

टीप - कंसातील आंकडे हे एका रेशनकार्डा मागे कुटुंबातील ५ माणसे
गृहीत धरून काढलेली संख्या आहे.

स्थापनेच्या वर्षापासून ते १९८७ पर्यंत महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी
संस्थेकडे असणा-या भागधारक व शिधापत्रधारक सभासदांची संख्या निपाणीतील इतर
संस्थांच्या तुलनेने फारच चांगली आहे. ही संस्था स्थापन झाली त्या वर्षी अन्य
३ ग्राहक सहकारी संस्थांचे सभासद एकंदर ११५० होते. तर या संस्थेकडे स्थापनेच्या
वर्षीच १६०० भागधारक होते. त्यानंतरच्या ४ वर्षात या संस्थेच्या भागधारकात
२०० नी वाढ झाली. तर इतर संस्थाकडे मिळून याच कालावधीत भागधारकांची संख्या
केवळ ३८ ने वाढली. यामुळे संस्थेच्या भागधारकांचे निपाणीच्या एकुण लोकसंख्येशी
असणारे प्रमाण अन्य कोणत्याही संस्थेक्षा जास्त आहे. कारण ही संस्था कामगार
संघटनेतून निर्माण झाली असल्याने भागधारक वाढवण्यात काहीही अडयणी आल्या
नाहीत व संस्था बहुउद्देशीय काऱ्ये करण्यासाठी स्थापन झाल्याने इतर लोकही
सभासदत्वं टिकारण्यात तयार झाले. असे मत संस्थेच्या घिटणीसानी मांडले.

कोष्टक - २२

अ) महिला बहुउद्देशीय ग्राहक संस्थेने स्थानिक व सरकारी पातळीवर पुरवलेल्या वस्तु

वस्तु	वर्ष: १९८३-८४	१९८४-८५	१९८५-८६	१९८६-८७
१) तांडळः				
सरकारी खरेदी	२२, १००	१, ०७, १७७	२, ५८, ५६६	३, ८७५८९
स्थानिक खरेदी	५४, ३२४	१, ३९, ७५९	-	२, ६७, ४७०
सरकारी विक्री	२०, ५७६	१, ०४, ६८०	२, ६८, ५९४	३, ९६, ५५२
स्थानिक विक्री	५४, ३०६	१, २०, ७६२	४८, १५३	२, ८७, ४७९
२) गहुः				
सरकारी खरेदी	२२, ७६३	४८, ९६०	६४, ०४९	१, ८०, ८६४
स्थानिक खरेदी	६०, ६९०	१, १२, ०३९	४३, ८२८	१, ४४, ८१२
सरकारी विक्री	२३, ३०९	५०, २८८	६४, ४९०	१, ८४, ४६९
स्थानिक विक्री	९, ४८४	२८, ७४४	१५, ७२३	११, ८०७
३) साखरः				
सरकारी खरेदी	१०, ०३१	२, ९१, ६५७	३, ४०, ०४६	४, ४४, ६२६
स्थानिक खरेदी	-	-	-	-
सरकारी विक्री	९८, ८७६	२, ९०, २७२	३, १५, ८४६	४, ६७, ०७४
स्थानिक विक्री	-	-	-	-
४) राँकिलः				
सरकारी खरेदी	१, ७१, ९१५	५, १२, ९२२	४, ४१, ८५७	५, ८६, ५१७
स्थानिक खरेदी	-	-	-	-
सरकारी विक्री	१, ७४, ९१५	५, २८, ४९१	४, ४४, १२६	६, १७, १७०
स्थानिक विक्री	-	-	-	-
५) पामतेलः				
सरकारी खरेदी	-	२, ३९, ४३८	१, ५५, ०७५	३, २८, ७८७
सरकारी विक्री	-	-	-	-
६) रवा मैदा				
सरकारी खरेदी	-	२, ४०९	९, ८८७	८, ६१७
सरकारी विक्री	-	१, ९६५	१, ९३९	८, ७५३

कोष्टक - २२

ब) संस्थेने केवळ स्थानिक पातळीवर पुरवलेल्या इतर वस्तु

(समयामध्यें)

वस्तु	तन	खरेदी	विक्री
१) जोंधळा	१९८३-८४ १९८४-८५ १९८५-८६ १९८६-८७	६०,६९० १,१२,०३९ ४३,८२८ १,४४,८१२	५४,६९६ १,०५,१५१ ४४,४६९ १,६४,०१२
२) पोहे	१९८५-८६ १९८६-८७	२,०७५ २,६३९	२,२१० २,९३९
३) साबण	१९८३-८४ १९८४-८५ १९८५-८६ १९८६-८७	१,७२५ १२,०७५ ४,५३० ४४,९९९	१,१४९ १०,५३३ ३४,१५१ ४५,४०९
४) हरभरा डाळ	१९८३-८४ १९८४-८५ १९८५-८६ १९८६-८७	१५,२९० ५६,०८६ -	१५,२९४ ५२,१३५ १५,७५३ १३,३२०
५) घासपुड	१९८४-८५ १९८५-८६ १९८६-८७	१३,२०७ २१,०४४ २८,५०६	१०,७९१ ५,१३२ ३८,५००
६) गुळ	१९८३-८४	१२१	११९
७) कोडेपेटी	१९८४-८५ १९८५-८६	११२ ८४४	११४ ८९५
८) शाबु	१९८५-८६	७४०	७६२
९) फुटाणेडाळ	१९८५-८६	१,१६२	१,१७६
१०) लाल्डा	१९८५-८६	८१८	८६७

आधार- संस्थेकडील वाष्णव अहवालातून मिळवलेली माहिती.

- व्यवहार केलेले नाहीत.

संस्थेच्या आर्थिक व्यवहाराचा काळावधी केवळ ४ वर्षांइतका अल्प
असतानाही या संस्थेने सरकारी कोठयातून मिळालेल्या वस्तु शिवाय ग्राहकांना
जोंधळा, पोहे, साबण, हरभरा डाळ, चहापुड, गुळ काडेपेटी, शाबू, फटाणे डाळ,
डाल्डा, यासारख्या विविध वस्तु काही वर्षांसाठी का होईना पण ग्राहकांना
पुरविण्याचा प्रयत्न केला आहे. याशिवाय संस्थेमार्फत दुर्बल घटकांतील ग्राहकांना
२८ स्पष्टे किंमतीत सरकार मार्फत मिळालेल्या साडी धोतीचा पुरवठा केला जातो.
ही या संस्थेची एक जमेची बाजू म्हणावी लागेल.

संस्थेच्या खरेदी विक्री व्यवहाराचा तपशील कोष्टक क्रमांक २३ मध्ये
दिलेला आहे. १९८३-८४ ते १९८६-८७ या कालावधीत संस्थेचे खरेदी विक्री
व्यवहार ६२ पटीने वाढले आहेत. ही वाढ उल्लेखनीय आहेच. परंतु या
संस्थेकडे शिधापत्रधारकांची संख्या अन्य कोणत्याही संस्थेपेक्षा जास्त असल्याने या
संस्थेमार्फत होणा-या सरकारी वस्तुंच्या वाटपाची उलाढाल ही जास्त आहे. हे
ही लक्षात धेतले पाहिजे.

संस्थेने स्थानिक खरेदी विक्री केलेली असून स्थानिक खरेदी विक्रीचे
प्रमाण एकदम कमी झाल्याचे आढळत नाही.

कोडटक - २३
महिला बहुउद्दीय ग्राहक सहकारी संस्थेये खरेटी विक्री व्यवहार

(लम्पामदयें)						
सन	एकूण खरेटी	पैकी सरकारी	पैकी सरकारी स्थानिक खरेटीचे	एकूण विक्री विक्री	पैकी सरकारी विक्री	सकारी विक्रीचे प्रमाण
१९८३-८४	४५७६९२	३९६८०९	१४०८८३	६९०२२	३०,७८	४६५०८१
१९८४-८५	१५६५४४७	९९०९९८	६५४५२९	५८०९९	४२०८२	१५६८२४५
१९८५-८६	२०९९१५४	४६०२९९	१६३८८५५	२१०९३	७८००७	१२१८४४१
१९८६-८७	२९०८३२९	१९३६९९०	१७२३३९९०	६६०६१	३३०३९	२०२३५४५
१९८७-८८	२९०८३२९	१९३६९९०	१७२३३९९०	६६०६१	३३०३९	२०२४६४६
१९८८-८९	२०९९१५४	४६०२९९	१६३८८५५	२१०९३	७८००७	१२१८४४१
१९८९-९०	२९०८३२९	१९३६९९०	१७२३३९९०	६६०६१	३३०३९	२०२४६४६

आधार : संस्थेकडील नोंदणी पत्रकांतून प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

संस्थेची वित्तउभारणी :

कोष्टक - २४

महिला बहुउद्देशीय ग्राहक संस्थेच्या भागभांडवलाची भागानुसार विभागणी

सन	एकूण भाग	एकूण भागभांडवल	६० % भाग १० रु. किंमत	३५ % भाग १०० रु. किंमत	५ % भाग ५०० रु. किंमत
१९८३-८४	१६००	१,०५,६००	९,६००	५६,०००	४०,०००
१९८४-८५	१७९५	१,१३,६७०	१०,८७०	६२,८००	४०,०००
१९८५-८६	१८००	१,१३,९००	१०,९००	६३,०००	४०,०००
१९८६-८७	१८००	१,१३,८००	१०,८००	६३,०००	४०,०००

आधार : संस्थेच्या नोंदणी पत्रकातून व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

सहकारी संस्था भागधारकांची संख्या वाढवून भाग भांडवल उभारणी करून स्वतःची आर्थिक ताकद वाढवू शकतात. व यामध्ये सामान्याचा सहभाग महत्वाचा असतो. हे या संस्थेच्या भांडवल उभारणीवरून स्पष्ट होईल. कोष्टक २४ मध्ये दर्शविल्याप्रमाणे संस्थेने स्थापनेच्यावेळीच १ लाख भांडवल उभारलेले आहे. निपाणीतल्या अन्य कोणत्याही ग्राहक सहकारी संस्थेचे भाग भांडवल इतके नाही. या भांडवल उभारणीचा परिणाम संस्थेच्या खेळत्या भांडवलावरही झालेला आढळतो.

कोष्टक - २५
महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्थेचे खेळते भांडवल

सन	सकुण खेळते पैकी भाग पैकी सहकारी पैकी राज्य वित्त सहकारी भांडवल धारकाक- व व्यापारी सरकारकडून संस्था व पतसंस्था डून ३०% बँकाकडून १०% नफा ५%	सहकारी पतसंस्था ५%
१९८३-८४	११६०००	३४८००
१९८४-८५	२२००००	६६०००
१९८५-८६	३२००००	९६०००
१९८६-८७	४०००००	१२००००
		४५६
		१०%
		११६००
		५८००
		२२०००
		११०००
		३२०००
		१६०००
		४००००
		२००००

आधार : संस्थेचे नांदणीपत्रक व प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

कोष्टक २५ कडे नजर टाकल्यास ही गोष्ट स्पष्ट होते की संस्थेने अल्पकाळात भाग व खेळत्या भांडवलाबाबत चांगली प्रगती केली आहे. अन्य संस्थांच्या खेळत्या भांडवलात भाग भांडवलाच्या स्वाने उभारली जाणारी रक्कम या संस्थेपेक्षा अत्यंत कमी आहे. उदा. १९८६-८७ मध्ये या संस्थेच्या खेळत्या भांडवलात भागभांडवलाची रक्कम १,२०,००० होती. तर निपाणी ग्राहक लोकसेवा व युनियन ग्राहक संस्थेमध्ये ही रक्कम झनुकमे ६३,३२८, २२७४१ व २८५०० स्पष्ट होती. यामुळे या संस्थेने सहकारी व व्यापारी बँका, राज्य सरकार इत्यादी कडून उभारलेल्या खेळत्या भांडवलाची रक्कम कमी आहे. ही गोष्ट संस्था स्वावलंबी बनण्याकडे वाटयाल करीत आहे हे स्पष्ट करते.

कोष्टक - २६

महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्थेचा
स्कूण व निव्वळ नफा -

(समयामध्यें)

सन	स्कूण नफा	निव्वळ नफा	स्कूण नफ्याची दरमहा सरासरी	निव्वळ नफ्याची दरमहा सरासरी
१९८३-८४	१२,४८७	८,७७८	१,०४०	७३१
१९८४-८५	४३,४३५	७,८३२	३,६१९	६५२
१९८५-८६	६५,३११	९,१४५	५,४४२	७६२
१९८६-८७	८१,८६१	८,३५८	६,८२१	७९६

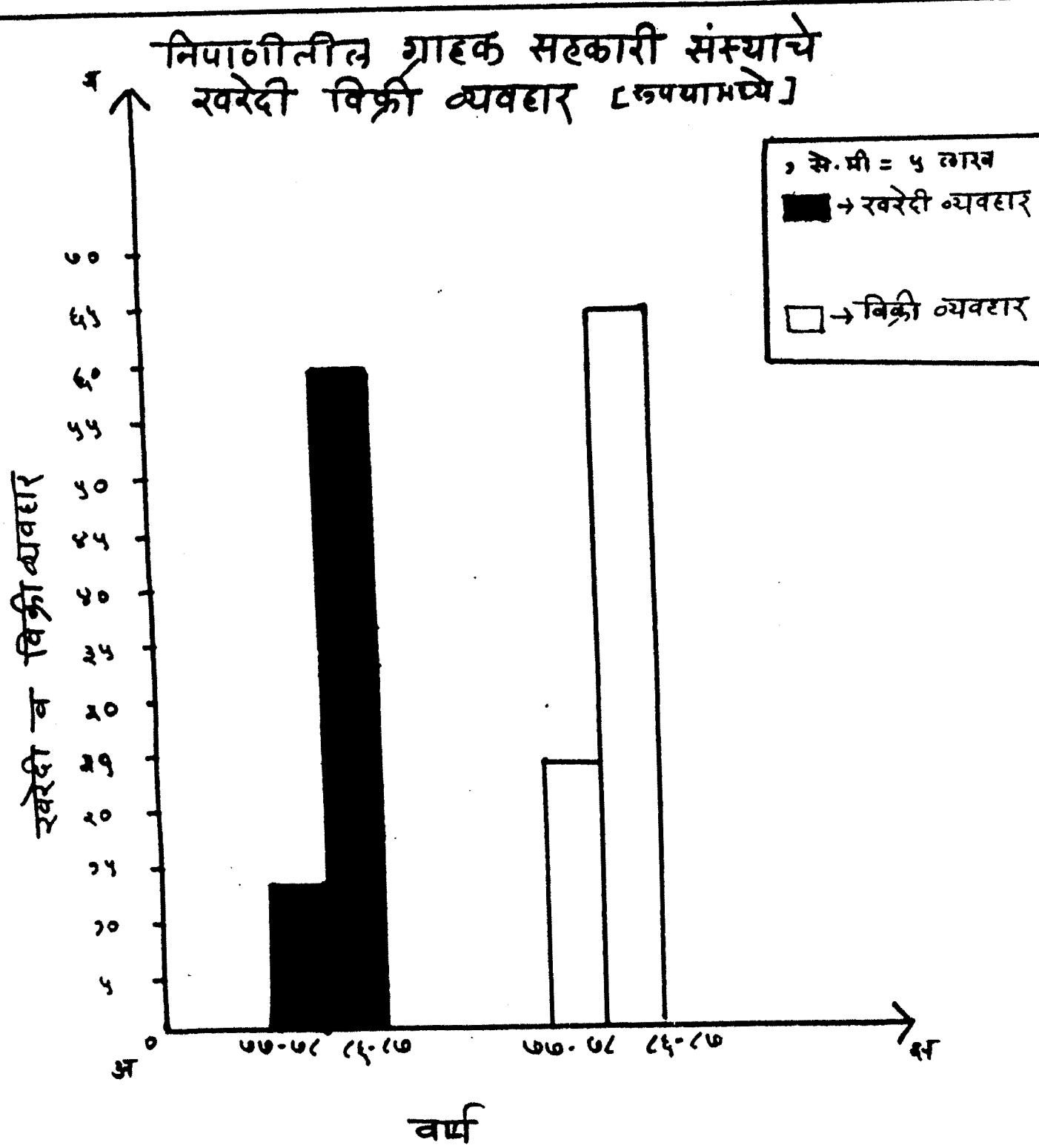
आधार: संस्थेच्या नोंदणीपत्रकावरून व प्रत्यक्षात मिळवलेली माहिती.

संस्थेच्या नफ्याचे विश्लेषण कोष्टक २६ मध्ये दिलेले आहे. अन्य संस्थांच्या तुलनेत या संस्थेचा स्कूण नफाही जास्त आहे. ही संस्था बहुउद्देशीय ग्राहक संस्था असल्याने या संस्थेला काही फायदे मिळू शकतात. उदा. निधापत्रधारकांची संख्या परंतु ग्राहक सहकारी चळवळीला योग्य नेतृत्व लाभले तर प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था जास्त पारिणामकारक कार्ये करू शकतात असे या संस्थेवरून म्हणता येईल.

ब) निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थांची प्रगती: एक ट्रिटेक्सेप

या प्रकरणात सुरवातीला निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थांचा व्यक्तिगत अभ्यास केल्यानंतर सर्व संस्थांच्या प्रगतीचा एकत्रित आढावा पुढील कोष्टात घेतला आहे.





कोष्टक - २७
"१९७७-७८ ते १९८६-८७ या काळातील पुगती"

अ.नं.	तपशील	वर्ष	१९७७-७८	१९८६-८७
१०.	संस्थांची संख्या		३	४
२०.	भागधारकांची संख्या		१, १३०	३, ०००
३०.	भागधारकाचे लोकसंखेशी प्रमाण		३०७७।	६०६६।
४०.	शिधापत्रधारकांची संख्या		२, ०३६	३, ४३२
५०.	एकूण शिधापत्रधारकांशी प्रमाण		४००७२।	६९०४४।
६०.	एकूण खरेदी व्यवहार		१२, ६४, ८९४ समये	५८, ०८, ८६७ समये
	निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था		३, २३, ३७० "	१४, ६८, ७२१ "
	लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्था		४, ५२, २३२ "	६, १९, ५७२ "
	युनियन ग्राहक सहकारी संस्था		४, ८९, २९२ "	८, १२, ७४५ "
	महिला बहुउद्योगीय संस्था		-	२९, ०८, ३२९ "
७०.	प्रत्येक संस्थेमागील सरातरी खरेदी व्यवहार.		४, २१, ६३१ "	१४, ५२, २१६ "
८०.	एकूण विक्री व्यवहार:		२३, ७५, ७३९ समये	६०, ६४, २१८ समये
	निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था		१४, १८, ०५६ "	१५, ५९, ८५८ "
	लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्था		४, ६१, ८६० "	६, ३८, ७६० "
	युनियन ग्राहक सहकारी संस्था		४, ९५, ८२३ "	८, ४२, ०५५ "
	महिला बहुउद्योगीय संस्था		-	३०, २३, ५४५ "
९०.	प्रत्येक संस्थेमागील सरातरी विक्री व्यवहार.		७, ९१, ९१३ "	१५, १६, ०५४ "
१००.	एकूण भाग भांडवल		८०, ००० समये	१, ९८, ०१० समये
	निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था		३७, ४४० "	३९, ३६० "
	लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्था		२१, ६७० "	२२, ९०० "
	युनियन ग्राहक सहकारी संस्था		२०, ८९० "	२१, ९५० "
	महिला बहुउद्योगीय सहकारी संस्था		-	१, ९३, ८०० "
११०.	प्रत्येक संस्थेमागील सरातरी भाग भांडवल		२६, ६६६ "	४९, ५०२ "

(कोष्टक-२७)

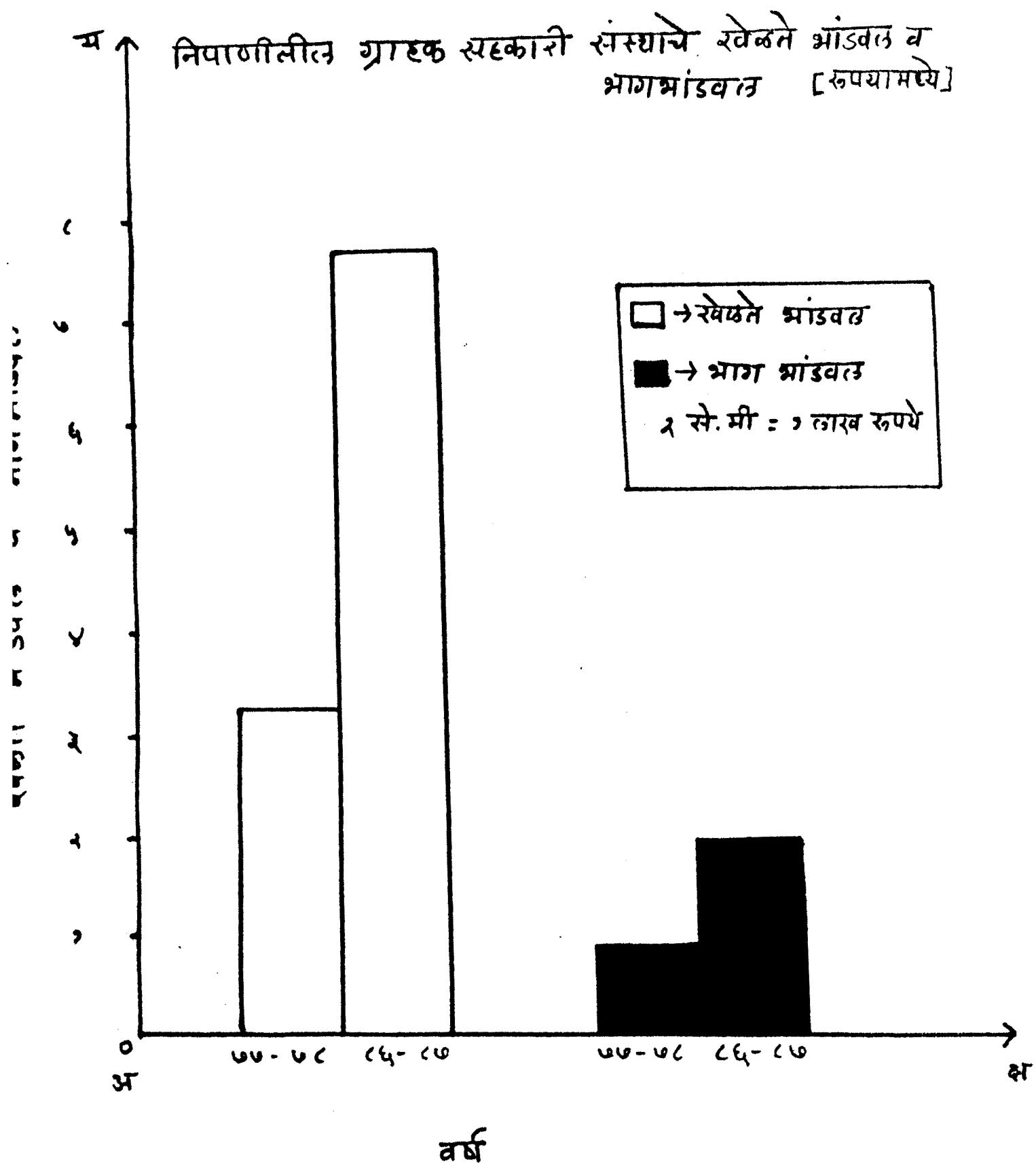
अ.नं.	तपशील	वर्ष १९७७-७८	१९८६-८७
१२०.	स्कुण खेळते भांडवल	३०००,८२५ स्पये	७,८१,८९३ स्पये
	निपाणी ग्राहक सहकारी संस्था	१,४८,५७७ "	२,११,०९० "
	लोकसेवा ग्राहक सहकारी संस्था	५७,२४८ "	७५,८०३ "
	युनियन ग्राहक सहकारी संस्था	९५,००० "	९५,००० "
	महिला बहुउद्योगीय सहकारी संस्था	-	४,००,००० "
१३०.	प्रत्येक संस्थेमागील सरासरी खेळते भांडवल	१,००,२७५ "	१,९५,४७३ "

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थानी मिळून केलेल्या एकंदर प्रगतीचे चित्र कोष्टक २७ च्या आधारे त्पष्ट होईल. या कोष्टकाच्या आधारे निपाणीतील ग्राहक संस्थांच्या प्रगतीबदूल काही महत्वाची अनुमाने काढता येतील.

१९७७ ते १९८७ या कालावधीत निपाणीत केवळ स्काच ग्राहक संस्थेची भर पडली आहे. ही वाढ समाधानकारक म्हणता येणार नाही. निपाणीत १९४४ मध्ये पहिली ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन झाली. १९४४ ते १९८७ या कालावधीत आणखीन केवळ ३ ग्राहक सहकारी संस्था निर्माण झाल्या. म्हणजे निपाणीत सरासरीने १४ वर्षाने स्का नवीन संस्थेची भर पडली आहे.

याचा परिणाम स्का ग्राहक संस्थेमागे असणा-या लोकसंखेवर झालेला दिसतो. १९७१ मध्ये १०,००० लोकसंखेमागे स्क संस्था असे प्रमाण होते. तर १९८७ मध्ये जवळजवळ १२,००० लोकसंखेमागे स्क संस्था असे प्रमाण झालेले आहे.

१० वर्षाच्या कालावधीत या संस्थांच्या भागधारकांचे स्कुण लोकसंखेशी असणारे प्रमाण वाढलेले आहे. ही वाढ निश्चितघ स्वागतार्ह आहे. या कालावधीत लोकसंखेच्या वाढीच्या वेगापेक्षा या संस्थांच्या भागधारकांच्या वाढीचा वेग जास्त आहे. लोकसंख्या दिःपटीने वाढली व भागधारकांची संख्या २,६५ पटीने वाढलेली



आहे. परंतु ही व्याप्ती सहकारी चळवळीच्या टूटिने पुरेशी आहे काय ? याचाही विचार आवश्यक आहे. सहकारी चळवळीची व लोकसंख्येची व्याप्ती किती असावी याबाबत कोणताही निश्चित असा निष्कर्ष दिला जात नाही. परंतु प्राथमिक सहकारी पतसंस्थाच्या बाबत हे प्रमाण ६१ टक्के इतके आहे. या संस्था ग्रामीण पातळीवर काम करतात. भारताच्या ग्रामीण प्रधान अर्थव्यवस्थेमुळे हे प्रगाण इतर संस्थांच्यापेक्षा जास्त असणार असे मानले तरीही एकूण लोकसंख्येपैकी केवळ ६ टक्के लोकसंख्या ग्राहक सहकारी चळवळीची निगडीत असणे ही बाब समाधानकारक म्हणणे अवघड आहे.

सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेत मात्र या संस्था महत्वाची कामगिरी करत आहेत. गेल्या १० वर्षीत सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेत असणारे त्याचे महत्व वाढले आहे. निपाणीतील एकूण शिधापत्रधारकापैकी ६९ टक्के, शिधापत्रधारक या संस्थांच्याकडे आहेत. या शिधापत्रधारकांनी येणा-या संबंधातून अन्य वस्तुंच्या खरेदीसाठी शिधापत्रधारक या संस्थाकडे येऊ शकतील असे प्रयत्न या संस्थांनी केले पाहिजेत.

निपाणीतील सर्व ग्राहक संस्थांकडे एकूण खरेदी व्यवहार १९७७-७८ ते १९८६-८७ या कालावधीत १२,६४,८९४ स्पर्यावरून ५८,०८,८६७ स्पर्ये झाले. म्हणजे खरेदी व्यवहारात ४५,४३,९७३ ने वाढ झाली. याच कालावधीत सर्व संस्थांच्या विक्री व्यवहारात ३६,८८,४७९ स्पर्यांनी वाढ झाली. याच कालावधीतील किंमत वाढ लक्षात घेतली तर या संस्थांचे वास्तव खरेदी विक्री व्यवहार फार मोठ्या प्रमाणात वाढले असे म्हणता येणार नाही. तसेच या खरेदी-विक्री व्यवहारात सरकारमार्फत सार्वजनिक वितरणासाठी दिल्या जाणा-या वस्त्रूंचा वाटा महत्वाचा आहे. हे ही लक्षात घेतले पाहिजे.

सर्व संस्थाकडील एकूण भागभांडवल ८०,००० स्पर्यावरून १,९८,०१० स्पर्ये झाले. म्हणजे १० वर्षीत सर्व संस्थांच्या भाग भांडवलात मिळून केवळ १,९८,०१० स्पर्याचीच वाढ झाली आहे. प्रत्येक संस्थेमागे असणारे भाग भांडवलाचे सरासरी प्रमाणही वाढले आहे.

निपाणीतील सर्व ग्राहक संस्थानी उभारलेल्या खेळत्या भांडवलादा विचार केला तर या अभ्यासाच्या कालावधीत या संस्थाजवळील खेळत्या भांडवलात २.६० पटीने वाढ झालेली आढळते.

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था बाजारपेठेतल्या स्पर्धेत निदान टिकून राहिल्या आहेत. व अभ्यासाच्या कालावधीत या संस्थाची संख्यात्मक प्रगतीही झाली आहे. परंतु या संख्यात्मक प्रगतीत महिला बहुउद्देशीय ग्राहक सहकारी संस्थेया सहभाग विशेष महत्वाचा आहे हे लक्षांत घेतले पाहिजे.

क) धोरणात्मक अंगांच्या अभ्यासः

प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थाचा अभ्यास करत असतांना त्यांनी केलेल्या उलाढालीप्रमाणेंचे त्यांचे धोरणात्मक पैलूही अभ्यासावे लागतील. कारण या धोरणात्मक पैलूवर या संस्थांचे यश अवलंबून असते. या संस्थांचे धोरणात्मक पैलू म्हणून खरेदी, धोरण, किंतविषयक धोरण व साठ्याबाबतचे धोरण इत्यादींचा विचार करावा नागेल. निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थांच्या धोरणात्मक पैलूया अभ्यास यांठिकाणी करण्यात आलेला आहे.

१) खरेदी धोरणः

योग्य वेळेला, योग्य संस्थेकडून ग्राहकोपयोगी वस्तूंची खरेदी करण्याचे धोरण ग्राहक सहकारी संस्थांना विशेष उपयुक्त ठरते. विशेषतः भारतातील बाजारपेठेत खोजगी व्यापा-यांची स्पर्धात्मक ताकद विचारात घेतल्यास प्राथमिक ग्राहक संस्थांच्या खरेदी धोरणाला आणखीन महत्व घेते. ग्राहक सहकारी संस्थांच्या खरेदी धोरणासाठी पुढील सुत्रे मार्गदर्शक सुत्रे म्हणून सांगितली जातात.

१) खरेदी धोरण आखत असतांना ग्राहकांची कोणत्या वस्तूना मागणी राहील याचा अंदाज करणे.

२) ग्राहकांच्या विविध उपयोगी मागणीचा अग्रक्रम लावणे.

३) या वस्तु कोणत्या संस्थेकडून योग्य किंमतीला वेळेवर व पुरेशा प्रमाणात मिळू शकतील ते ठरविणे.

४) मालाच्या पुरवठा अखंडितपणे करता येणे.

५) मालाच्या साठ्यात कमी भांडवल गुंतवणे.

ग्राहक सहकारी संस्थाचे खरेदी धोरण योग्य पद्धतीने ठरविले जावे.

याताठा "कर्नाटक ग्राहक सहकारी कायदानुसार" खरेदी समितीची तरतुद करण्यात आली आहे. ही खरेदी समिती तीन सदस्यांची राहील. या समितीला संचालक मंडळाने केलेल्या ठरावानुसार व मर्यादानुसार वस्तुंची खरेदी व वस्तूंच्या किंमती निश्चित करता येतील. निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था खरेदी समिती स्थापन करतात का १५ तसेच या खरेदी समिती बाबत संचालक मंडळाचे खरोखरच नियंत्रण असते का १५ इत्यादीची माहिती प्रत्येक संस्थेकडे विचारणा करून मिळवण्यात आली. या माहितीच्या आधारे पुढील गोष्टी स्पष्ट होतात.

यार संस्थेपैकी एकाच संस्थेत अशी खरेदी समिती (नाममात्र) नियुक्त केली आहे. मात्र ही खरेदी समिती प्रत्यक्षात खरेदीबाबत काही करत नाही. राहिलेल्या तीन संस्थांच्याकडे अशी समितीच नाही. वारही संस्था खरेदीचे व्यवहार अनुभवी(१५) नोकर वर्गामार्फत करतात. खरेदीचे नियोजन अर्थातच कोणतीही संस्था करत नाही. प्रत्येक संस्थेचे एकूण खरेदी व्यवहार अभ्यासले तर त्यामध्ये घटउतार आढळतात. एकूण खरेदी व्यवहारात सातत्याने वाढ झाल्याचे आढळत नाही. याचे कारण खरेदी धोरणात नियोजनाचा अभाव हे असु शकेल. नियोजन मंडळाच्या कायदेक्रम मुल्यमापन संघटनेने ग्राहक सहकारी यवळीचा अभ्यास करत असतांना खरेदी समितीवर भर दिला होता. पण निपाणीतील ग्राहक संस्थांनी खरेदी समितीला फारसे महत्व दिले नाही.

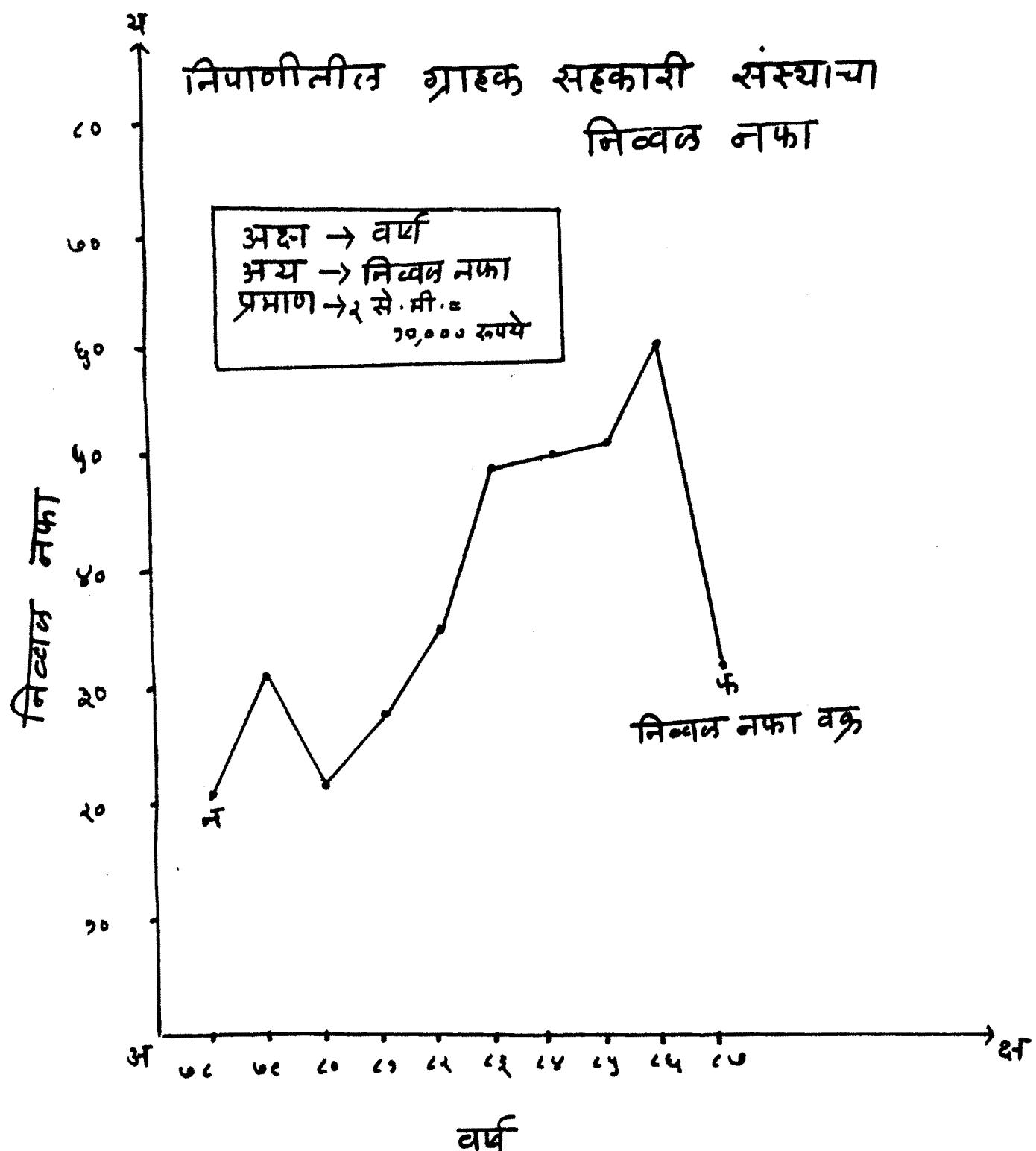
निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था खरेदी धोरण राबवत असतांना अशा तांत्रिक परिपूर्णतेकडे फारसे लक्ष देत नाहीत. माल संपला की माल आणणे हेच त्यांच्या खरेदी मागचे मुऱ्य सुत्र असावे. त्यामुळे संस्था अडचणीत येतात. अशी

कबुलीही एका संस्थेच्या पदाधिका-याने दिली. माल संपत्ता की माल आणणे यामुळे ब-याच वेळेला बिगर हंगामात वस्तुंची खरेदी केली जाते. या वस्तुही प्रामुख्याने अन्नधान्य असतात. बिगर हंगामात या वस्तुना किंमत जास्त घावी लागते. पण याच वस्तु हंगाम काळात विकत असतांना किंमती उतरलेल्या असतात. या उतरत्ता किंमतीशी जुळवून घेणे ग्राहक संस्थाना अवघड जाते. कारण सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेत त्या जो माल विकतात त्यात फारसा नफा मिळत नाही. नफा मिळविण्यासाठी स्थानिक व्यवहारातील खरेदी विक्री किंनतीत जास्त अंतर ठेवावे लागते. पण व्यापा-यांची स्पर्धात्मक ताकद जास्त असल्याने व्यापा-यांनी हंगाम काळात किंमती कमी केल्या की या संस्थांनाही किंमती तरी कमी कराव्या लागतात नाहीतर गि-हाईक तरी कमी होते.

निपाणीतील एका प्रमुख खाजगी व्यापा-याच्या मते या संस्थाकडे खरेदीचा अनुभव कमी असतो. शिवाय नफा मिळाला तरी तो सगळ्यात वाटावा लागतो. त्यामुळे खरेदी धोरणात संचालक मंडळ रस घेत नाही. संचालक मंडळाचे नियंत्रण नसल्याने खरेदी धोरणात गैरपुकार होण्याची शक्यताही नाकारता येत नाही.

खरेदी धोरणाच्याच अनुषंगाने केलेला दुसरा प्रयत्न म्हणजे निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेशिवाय जो माल स्थानिक स्वस्पात खरेदी करतात. तो कोण तकडून घेतात १० याचा विचार करणे. जर हा माल घाऊक व्यापा-साकडून घेतला जात असेल तर ग्राहक सहकारी रचनेतील घाऊक भांडाराचा तो दोष किंवा अपयश मानावे लागेल.

ग्राहक सहकारी चळवळीच्या व्यवस्थापन व कार्यपद्धती यात सुधारणा घ्यावी या हेतूने १९६० मध्ये नियुक्त केलेल्या ग्राहक सहकारी समितीने घाऊक भांडारानी आपल्या संस्थांना विकलेल्या मालावर विक्रीकर माफ करावा अशी शिफारस केली होती. या शिफारसीची अंमलबजावणी झाली असती तर निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थांना मालखरेदीच्या दृष्टिने जास्त फायदेशीर झाले असते. परंतु सहकारी संस्थाना घाऊक भांडारामार्फत अशी सवलत मिळत नाही. असे मत कार्यक्रम मुल्यमापन संघटनेनेही व्यक्त केले आहे.



नियोजन मंडळाच्या कार्यक्रम मुल्यमापन संघटनेने याबाबत केलेल्या पाहणीनुसार भारतातील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था त्यांची बहुतेक खरेदी खाजगी व्यापा-याकडून करतात. कारण घाऊक भांडाराकडे मालाची कमतरता असते व या भांडाराकडून आकारल्या जाणा-या किंमतीही जास्त असतात. या अनुषंगाने निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थाच्या स्थानिक खरेदी व्यवहाराचा विवार केला असता मिळालेला तपशील पुढीलप्रमाणे

कोष्टक - २८

एकूण स्थानिक खरेदीतील विविध संस्थांचा वाटा

अ.नं.	संस्थेचे नांव	खरेदी प्रमाण
१)	शेतकरी सहकारी संघ, कोल्हापूर	७५ टक्के.
२)	निपाणीतील खाजगी व्यापारी	१५ टक्के.
३)	बाहेरील खाजगी व्यापारी	१० टक्के.

आधार : प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था त्यांची खरेदी कोल्हापूरच्या शेतकरी सहकारी संघाकडे जास्त करतात. या वस्तुस्थितीचा मुद्दाम उल्लेख करावा लागेल. ही खरेदी सहकारी क्षेत्राशी निगडीत आहे. ही बाब निश्चितय उल्लेखनीय आहे. जास्तीत जास्त खरेदी कोल्हापूरच्या सहकारी संघातून करण्याची कारणेही या संस्थानी सांगितली ही कारणे पुढील प्रमाणे -

१) सहकारी खरेदी विक्री संघातून घाऊक प्रमाणात हव्या त्यावेळी माल मिळतो व किंमतीत किंवंलमागे ३ ते ४ स्पर्ये सुट मिळते.

२) घाऊक खरेदी केल्याने घाऊक व्यापा-यापेक्षा शेतकरी सहकारी संघाकडील मालाच्या किंमती किंवंलमागे कमीतकमी १० पैशानी कमी मिळतात.

- ३) या शेतकरी संघामार्फत विविध वस्तु उपलब्ध होतात.
- ४) कोळ्हापूर-निपाणी अंतर कमी असल्याने जकात व वहातुक खर्च कमी येतो.
- ५) सहकारी संस्थेने सहकारी संस्थेमार्फत माल घ्यावा याजाही प्राधान्य दिले जाते.

या कारणातील शेवटचे कारण हे ग्राहक सहकारी संस्थाकडे असणा-या सहकारी भावनेची जाणिव म्हणून उल्लेख करण्याजोगे आहे.

२) किंमत विषयक धोरण:

ग्राहक सहकारी संस्थाच्या खरेदी धोरणाप्रमाणेच वस्तुच्या विक्रीच्या किंमतधोरणालाही महत्व असते. प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था हे धोरण ठरवित असतांना पुढील उट्रिष्टे डोळ्यासमोर ठेवीत असतात.

- १) ग्राहकांना आकर्षक व स्पष्टात्मक किंमतीला माल पुरविणे.
- २) संस्थेचा खर्च भरून निघण्याइतके उत्पन्न विक्री किंमतीतून मिळविणे.
- ३) शक्यतो किंमती स्थिर ठेवण्याचा प्रयत्न करणे.

प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था आपले किंमत विषयक धोरण दोन पद्धतीने राबवू शकतात

१) निष्क्रीय किंमत धोरण:

स्थानिक बाजारपेठेतील किंमतीनुसार वस्तुंचा पुरवठा करणे या निष्क्रीय किंमत धोरणामुळे संस्थेच्या सभासदांना प्रत्यक्ष कोणता फायदा मिळत नाही. परंतु या किंमत धोरणामुळे सभासदांना "बोनस" च्या स्वस्मात लाभ देता येतो. रांशेडेल येथे १८४४ मध्ये सुरु झालेल्या जगातल्या पहिल्याग्राहक सहकारी संस्थेने याच धोरणाचा स्वीकार केला होता. ग्राहक सहकारी संस्थांनी निष्क्रीय किंमत धोरण स्वीकारणे योग्य असते. असे मत काही तज्ज्ञ व्यक्ती मांडतात या संदर्भात

अँरनाउल्ड बोनर असे म्हणतात " This traditional policy should be followed as "sales at current market prices in conjunction with dividend on purchases, is part of the deeper principle of freedom under-lying the Rochdale Principles" १.

२) सक्रीय किंमत धोरण:

प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था बाजार दरापेक्षा कमी किंमतीला वस्तु विकत असतील तर त्या धोरणाला सक्रीय किंमत धोरण म्हणतात. अशा किंमत धोरणामुळे सभासदाला प्रत्यक्ष खरेदीच्या वेळेलाच फायदा मिळतो. स्थिवडनमध्ये ग्राहक सहकारी संस्था प्रामुख्याने हे धोरण राबवितात. भारतामध्ये मात्र ग्राहक सहकारी संस्था प्रामुख्याने हे धोरण जास्त पसंद करतात असें आढळून आले आहे. भारतातील बाजारपेठेत खाजगी व्यापा-यांचे असणारे वर्चस्व लक्षात घेतल्यास प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थाना सक्रीय किंमत धोरण राबविणे जास्त अडचणीचे होते. व्यापा-यांनी किंमती कमी केल्यातर प्राथमिक ग्राहक संस्थांना किंमती आणखी कमी कराव्या लागतात. व यात त्यांचे नुकसान होण्याचा संभव असतो.

प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थेने या दोन धोरणापैकी कोणते धोरण राबवावे हे

- अ) व्यवस्थापनाची कार्यक्षमता.
- ब) संस्थेकडील साधनसामुग्री.
- क) खाजगी क्षेत्राची स्पर्धात्मक ताकद
- ड) भागधारकांचा टृप्टिकोन

यावर सर्वसाधारणपणे अवलंबून असते.

ग्राहक सहकारी संस्थानी बाजारात वस्तुंची किंमत ठरवत असतांना वस्तुच्या खरेदीचा खर्च भरून येईल, (म्हणजे वस्तुंची खरेदी किंमत, वाहतूक खर्च व वरकड खर्च) इतकी वस्तुच्या विक्रीची किंमत ठेवावी असी अपेक्षा असते.

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था किंमत विषयक कोणते धोरण राबवितात हे धोरण काळजीपूर्वीक राबविले जाते कां ९ याचा विचार या संस्थाच्या संदर्भात महत्वाचा असल्याने याठिकाणी या संस्थाचे किंमत विषयक धोरण अभ्यासण्याचा प्रयत्न केला आहे. परंतु दा अभ्यास करतांना अनेक अडचणी आल्या. त्यांचा उल्लेख करणे अयोग्य होणार नाही.

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्था विक्री किंमत कशा निश्चित करतात म्हणजे मालाचा खरेदी खर्च व मालाची विक्री किंमत यात किती अंतर ठेवतात. हे मोजण्यासाठी वस्तुंच्या खरेदी किंमती माहिती असणे आवश्यक होते. पण गोपनीय म्हणून एकाही संस्थेने एका वर्षारिठीही अशा खरेदी किंमती सांगण्याची तयारी दर्शविली नाही. (तसेच खाजगी व्यापा-याकडूनही नेमकी खरेदी किंमत मिळू शकली नाही) यामुळे या संस्था किंमती कशा ठरवतात, तसेच वास्तव स्वस्यात खरेदी विक्रीची आकडेवारी मिळू शकली नाही.

अशा परिस्थितीत शेवटचा मार्ग म्हणून कोणत्या एका काळासाठी निपाणीच्या बाजारपेठेत व्यापा-यांनी आकारलेल्या विक्री किंमती व ग्राहक संस्थानी आकारलेल्या किंमती मिळवण्याचा प्रयत्न केला. या किंमती किंवंलच्या आहेत. शिवाय या किंमती "अमुक ते अमुक" अशा मर्यादेत सांगण्यात आल्या कारण वस्तुंच्या दर्जानुसार किंमतीही बदलतात. जुळै, १९८६ या कालावधीत खाजगी व्यापारी व ग्राहक संस्थानी आकारलेल्या किंमतीची माहिती खालील कोष्टकात दिली आहे.

या कोष्टकाच्या आधारे एक गोष्ट त्पष्ट होते ती म्हणजे, व्यापा-यांनी व ग्राहक संस्थानी आकारलेल्या विक्रीची किंमत बहुसंख्य वस्तुंच्या बाबतीत पहिल्या बिंदुला सारखीच आहे. उदाहरणार्थ : तांदुळ ४०० स्पये, जोंधळा २०० स्पये, गहु ३०० स्पये, तुरडाळ ११०० स्पये मसुरडाळ ७५० स्पये, रवा ३८० स्पये, डालडा ३८० स्पये व शाबु ४५० स्पये. मात्र प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थामार्फत विकल्या जाणा-या काही वस्तुंच्या किंमती खाजगी व्यापा-यापेक्षा जास्त आहेत. उदाहरणार्थ घापुड,, पोहे, हरभरा डाळ, व फुटाणे डाळ. या वस्तु ग्राहक

कोष्टक - २९

जुलै, १९८६ मध्ये व्यापा-यांनी व ग्राहक संस्थांनी आकारलेल्या किंमती

अ. नं.	वस्तुचे नांव	व्यापा-यांनी आकारलेली किंमत (किंवरल मागे)	ग्राहक संस्थानी आकारलेली किंमत (किंवंतलमागे)
१०.	तांदुळ	४०० ते ७००	४०० ते ४५०
२०.	जोँधळा	२०० ते २८०	२०० ते ३००
३०.	गहू	३०० ते ३७०	३०० ते ३५०
४०.	तूरडाळ	११०० ते १२००	११०० -
५०.	मूळ	९०० ते १०००	-
६०.	हरभरा डाळ	८५० ते ९५०	९०० -
७०.	मसुर डाळ	७५० ते ८००	७५० -
८०.	मसुर	६५० ते ९००	६०० -
९०.	कपडे धुण्याची पावडर	९०० -	८०० ते ९००
१००.	रवा	३८० ते ५००	३८० -
११०.	मैदा	३०० -	२५० -
१२०.	चहापुड	३०० ते ४२०	४२० -
१३०.	पोहे	४३० ते ५००	४५० -
१४०.	फुटाणे डाळ	७०० ते ७८५	७७५ -
१५०.	शाबू	४५० ते ५००	४५०
१६०.	साबन रक वडी	१०.७५ पैसे नग	१०.७५ पैसे नग
१७०.	डाळा	३८० ते ५००	३८०
१८०.	दुध १ लिटरमागे	६.३० ते ६.५० लि.	६.०० रु. ६.०० लिटर

आधार : प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

सहकारी संस्थकडून आकारल्या जाणा-या किंमती पेक्षा कमी किंमतीला खाजगी क्षेत्रात उपलब्ध आहेत. तर मसुर, कपडे धुण्याची पावडर मैदा, दुध या वस्तुंची प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थातील किंमती खाजगी व्यापा-यापेक्षा कमी आहे. ग्राहक वस्तुंचा दर्जा लक्षात घेत नाही व केवळ कमी किंमतीला जेथे वस्तु मिळते तेथे वस्तु खरेदी करतो असे मानल्यास या संस्थकडे काही वस्तुंच्या किंमती जास्त असणे

ही घटना उपभोक्त्यांना आकर्षक किंमतीला वस्तु देण्यात या संस्था कमी पडतात हे दशीविणारी आहे. शिवाय या सर्व वस्तु ग्राहकांच्या नित्य वापरातल्या आहेत. म्हणजे या वस्तूची जास्त किंमत आकारून या संस्था अन्य वस्तूच्या, विशेषत: सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेतील दिल्या जाणा-या वस्तूच्या खरेटी व विक्री किमतीले कमी अंतर भरून काढत आहेत असेही म्हणणे अवघड आहे.

निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक संस्थानी जुलै, १९८७ मध्ये आकारलेल्या किरकोळ किंमती व व्यापा-यांनी आकारलेल्या किरकोळ किंमती याबद्दलची माहिती पुढील कोष्टकात दिली आहे. या किंमती प्रत्यक्ष दुकानाना भेटी देवून मिळवलेल्या आहेत.

कोष्टक - ३०

जुलै, १९८७ मधील खाजगी व्यापारी व ग्राहक सहकारी संस्थांनी आकारलेल्या किरकोळ किंमती (समयामध्ये)

अ. नं.	वस्तु	व्यापा-याकडील किंमती	ग्राहक संस्थाकडील किंमती		निष्कर्ष
			रु. पैसे	रु. पैसे	
१)	जोँधळा	२=२५ २=६० २=८० २=९०	२=२० २=५० ३=००	व्यापा-याकडे जोँधळा स्वस्त.	
२)	तांदुळ	४=२५ ४=३० ४=५०	४=० ६=५०	व्यापा-याकडे तांदुळ स्वस्त	
३)	गहू	३=६०	३=५०	ग्राहक संस्थाकडे गहू स्वस्त	
४)	मुगडाळ	१२=००	१२=००	दोघांच्या किंमती समान	
५)	तूरडाळ	११=००	११=००	"	
६)	मसुरडाळ	८=२५	७=५०	व्यापा-याकडे किंमत जास्त	

आधार - प्रत्यक्ष मिळवलेली माहिती.

कोष्टक -३० मध्ये मसुरीच्या किंमतीत खूपच फरक आढतो. परंतु निपाणीच्या बाजारपेठेत मागे पाहिल्यापुमार्णे मसुर व मसुरडाळ ही वस्तु प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था फार मोठ्या प्रमाणात पुरवत नाहीत. त्यामुळे किंमतीतील या फरकाचा किती ग्राहकांना कितपत फायदा मिळत असेल हा भाग महत्वाचा ठरतोय. शिवाय तांदुळ व्यापा-याकडे स्वस्त तर गहू या संस्थाकडे स्वस्त आहे असे आढळते. परंतु या वस्तुंच्या किमतीतील फरक अल्प आहे. मागील कोष्टकातील घाऊक किमती व या कोष्टकातील किरकोळ किंमतीचा विचार केल्यास निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था बाजारपेठेनुसार किंमत आकारणे पसंद करतात असे म्हणता येईल.

इ) ग्राहक सहकारी संस्थांचे मुल्यमापन:

निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थाचा संकंदर परिणाम काय दिसतो९०

मागील प्रकरणात निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थानी केलेल्या संख्यात्मक प्रगतीचा आढावा घेतलेला आहे. हा आढावा म्हणजे या संस्थाच्या मुल्यमापनाची एक बाजु म्हणता येईल. परंतु या संस्थाच्या कामगिरीचे मुल्यमापन करत असतांना या संस्थाच्या संकंदर परिणाम काय दिसतो १ याचाही विचार करावा लागेल. या संस्थांच्यामुळे बाजारपेठेवर काय परिणाम झाला १ या संस्थाचे स्वतंत्र आस्तित्व प्रस्थापित झाले आहे काय १ हे प्रश्नही महत्वाचे ठरतात.

भारतात ग्राहक संस्थाच्या विकासाचा आणि किंमतीतील वाढीचा परस्पर संबंध दिसून येतो. किंमतवाढ थोपविण्यासाठी ग्राहक सहकारी संस्थाच्या विस्ताराला प्रोत्साहन देण्याचे धोरण भारतावरील चीनच्या आक्रमणानंतर सरकारने स्वीकारले. अर्थात सहकारी संस्थामुळे किंमत वाढीवर मर्यादा येतील अशी अपेक्षा अयोग्य आहे. कारण किंमतवाढ ही अनेक घटकांवर अवलंबून असते. व या सर्वच घटकावर ग्राहक सहकारी संस्थामार्फत नियंत्रणही ठेवता येणार नाही. पण ग्राहक सहकारी संस्थांना बळकटी आली तर त्याचा खाजगी व्यापारावर निश्चित परिणाम होवू शकेल. जास्तीत जास्त उपभोक्ते ग्राहक संस्था मार्फतच आपले व्यवहार करु लागले तर, मालाची भेसळ, वजनमापात फ्लाविणे, अशा मार्गाने व्यापा-याकडून

होणारे शोषण कमी होवू शकते. यासाठी भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था बाजारपेठेत आपला प्रभाव कितपत पाडू शकल्या, याला महत्व येते. म्हणूनच निपाणीच्या बाजारपेठेतही ग्राहक सहकारी संस्था व खाजगी व्यापारी घापैकी कोणाचे वर्हस्व जास्त दिसते याचा विचार करावा लागेल.

निपाणीतील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन होवून पुरेता कालावधी लोटलेला आहे. या कालावधीत निपाणीच्या बाजारपेठेत व्यापा-याचे वर्हस्व कमी झाले का १ हे जाणून घेण्याचा प्रयत्न करण्यात आला. परंतु हे ठरविण्यासाठी आवश्यक असलेली माहिती "गोपनीय" या नावाखाली व्यापारीही देण्याला तयार नव्हते व ग्राहक संस्थाही तयार नव्हत्या. तरीही नमुन्यादाखल म्हणून निपाणीतील बाजारपेठेतील प्रमुख वस्तूंची मागणी व या वस्तूंचा खाजगी व्यापारी व ग्राहक सहकारी संस्था तसेच स्वस्त धान्य टुकानातुन होणारा पुरवठा याबाबती माहिती मिळवली ही माहिती खालील कोष्टकात मांडली आहे.

कोष्टक - ३१

निपाणी बाजारपेठेतील प्रमुख वस्तूंची मागणी व पुरवठा

डिसेंबर, १९८७ मधील आंकडे (किंवंतलमध्यें)

अ. नं.	वस्तूचे नाव	वार्षिक मागणी पैकी व्यापा-या पैकी ग्राहक कडन होणारा पूरवठा	पैकी स्वस्त धान्य संस्थाकडन होणारा पूरवठा	पैकी स्वस्त धान्य टुकानाकडन होणारा पूरवठा
१)	तांदूळ	२८,८००	१२,०००	९,०००
२)	गहू	३८,०००	२०,०००	८,०००
३)	साखर	९,६००	४,७००	२,७००
४)	राफेल (लिटरमध्यें)	३६,०००	१५,०००	१८,०००
५)	पामतेल (गोडतेल)	४,०००	२,५००	४२७
				१,०७३

आधार : प्रत्यक्ष मिळविलेली माहिती.

या कोष्टकात दिलेल्या ५ ही वस्तु जीवनावश्यक वस्तुचे वाटप या सदराखाली येत असल्या तरी मागे पाहिल्यापुमार्णे निपाणीतील काढी ग्राहक सहकारी संथानिक पातळीवर तांदुळ व गव्हाच्या खरेदी विक्रीचे व्यवहार करतात. या वस्तुसाठी असणारी एकूण वार्षिक मागणी (रांगेल सोडून) ८०,४०० किंवंतल होती. पैकी जवळजवळ ६० टक्के मागणी खाजगी क्षेत्राकडून पूर्ण होते. ग्राहक सहकारी संथा केवळ २७ टक्के मागणी पूर्ण करतात. या वितरणात त्यांचा स्वतःया सहभाग किती आहे १ वानगीदाखल केवळ तांदुळ या स्काच वस्तुचा विचार केला आहे. उपलब्ध माहितीनुसार एका शिधापत्रधारकाला दर महिण्याला ११ किलो तांदुळ मिळतात. (डिसेंबर, १९८७ या काळात) १९८७ मध्ये या संस्थांच्याकडे असणा-या शिधापत्र-धारकांची संख्या ३,००० होती. म्हणजे ९,००० किंवंतल तांदुळापैकी ५,१६० किंवंतल तांदुळ या संस्थांनी सार्वजनिक वितरण व्यवस्थेचा प्रतिनिधी म्हणून वाटलेले आहेत. म्हणजे निपाणीच्या बाजारपेठेत तांदुळ या वस्तुबाबत या संस्थांचा वाटा साधारणपणे १६ टक्के आहे. म्हणजे खुल्या बाजारात तांदुळाचे होणारे व्यवहार लक्षात घेतले तर तांदुळाच्या बाबतीत खाजगी व्यापा-याचे निर्विवाद वर्घस्व आहे. देच अनुमान वरील कोष्टकातील अन्य वस्तुंनाही लागू पडेल.

निपाणीतील एकंदर ग्राहकापैकी किती ग्राहक या संस्थाकडे वस्तु खरेदीसाठी येतात १ हा प्रश्नही बाजारपेठेतील संस्थाचे महत्व या दृष्टिने उपयुक्त ठरतो. शिधापत्रधारकांशिवाय अन्य ग्राहक या संस्थाकडे किती जातात याचीही माहिती प्रत्यक्ष जावुन मिळविली. या माहितीनुसार १९७७ मध्ये दरम्हा २६० अन्य ग्राहक या संस्थाकडे येत होते. १९७७ मध्ये निपाणीतील कुटुंबांची संख्या ६००० होती. प्रत्येक कुटुंब प्रमुख म्हणजे एक ग्राहक असे मानले तर या ६००० पैकी फक्त २६० ग्राहक या ग्राहक संस्थांच्याकडे येत होते. १९८७ मध्ये या संस्थांच्याकडे दरम्हा येणा-या अन्य ग्राहकांची संख्या ६३५ झाली. परंतु याच कालावधीत निपाणीतील कुटुंबांची संख्या ८००० झाली. म्हणजे निपाणीतील एकंदर ग्राहकापैकी साधारणपणे ७ टक्के अन्य ग्राहक या संस्थाकडे वस्तु खरेदीसाठी येतात.

मागे पाहिल्याप्रमाणे अभ्यासाच्या कालावधीत या संस्थांच्या विक्री व्यवहारात वाढ झाली. परंतु खाजगी व्यापा-यांच्या विक्री व्यवहाराशी तुलना केल्यास या संस्थाचा बाजारपेठेवर काहीच प्रभाव नाही असे म्हणावे लागेल. निपाणीतील एका प्रमुख व्यापा-याची वार्षिक उलादाल ३६ लाख स्पर्धांची आहे असे प्रत्यक्ष त्या व्यापा-याने सांगितले. मात्र निपाणीतील या ४ ग्राहक सहकारी संस्थांची मिळून वार्षिक उलादाल ६० लाख स्पर्धांची आहे.

ग्राहकाला दैनंदिन व्यवहारात अधरजः असंख्य वर्त्तु लागतात. ग्राहक सहकारी संस्था विभागीय टुकानाप्रमाणे या सर्व वस्तु पुरवु शकणार नाहीत. हे खरे असले तरी ग्राहकांच्या ज्या जीवनावश्यक गरजा असतात त्या गरजा भागविण्याचा प्रयत्न या संस्थांनी करावयास हरकत नाही. परंतु याही क्षेत्रात ग्राहक सहकारी संस्थाचा प्रभाव जास्त आढळत नाही. तूरडाळ, कडधान्ये, रवा मैदा, पोहे, चिरमुरे, जाबण व गोडेतेल यांच्या पुरवठ्यामध्यें या संस्थाचा वाटा लक्षात न येण्याइतका नगण्य आहे.

ग्राहकांना आकृष्ट करून घेण्याचे प्रयत्नही निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थांनी केलेले नाहीत. एकाही ग्राहक संस्थेने वस्तुबरोबर भेटवस्तु देणे, मालाचा सेल करणे, गौरी गणपती, दिवाळी, दसरा या सणांच्यावेळी वस्तुंची मागणी वाढते. या मागणीचा अंदाज घेऊन वर्तु खरेटी करणे, वस्तुच्या उपलब्धतेची जाहिरात करणे अशा मार्गांचा अवलंब केलेला नाही. स्पर्धेच्या या युगात ग्राहकांना आकृष्ट करून घेतले तरच ग्राहक सहकारी संस्थाचा बाजारावर प्रभाव पडू शकेल. असा प्रभाव निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थानी पाडलेला नाही. एकाही ग्राहक सहकारी संस्थेने घरपोच मालाची सुविधा दिलेली नाही. एकाही ग्राहक संस्थेत तक्रार पुस्तक नाही. महिला ग्राहक सहकारी संस्था वगळल्यास एकाही संस्थेने स्त्रियांना सभासद केलेले नाही.

प्रगत देशांशी तुलना केल्यास भारतामध्यें खाजगी व्यापारी, उपभोक्त्यांचा सुविधाकडे फारसे लक्ष देत नाहीत असे म्हणता येईल. पण खाजगी व्यापा-यांशी स्पर्धा करावयाची असेल तर सहकारी संस्थानी खाजगी दुकानापेक्षा आपले वेगळेपण दाखविण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे. या वेगळेपणामुळे ग्राहक हक्काविषयी जागृत असणारे काही ग्राहक का होईना ग्राहक संस्थाकडे आकृष्ट होवू शकतील. पण निपाणीतील ग्राहक सहकारी संस्थाचे निरीक्षण केल्यानंतर 10×12 च्या अपु-या जागेतच एक कोप-यात रांगेलचा हौद, प्रवेश घटाराजवळ्य वजनाचा तराजु, त्याला लागुनच उघडयावर पडलेली पोती, पलीकडेच "कॅश मेमो टेबल" अशी एकंदर दाटीवाटीने रचना केल्यामुळे एकाहुन अधिक ग्राहक वर्तु खरीदण्यासाठी आले तर त्यांना बाहेरच रस्त्यावर थांबावै लागते. म्हणजेच या संस्था ग्राहकाना चांगली तेवा पुरवण्यात कमी पडतात.



संदर्भ :

- १) Mathur, B.S. : "Co-operation in India, Sahitya Bhavan,
Agra, 1984. p. 403.