

प्रकरण दुसरे:

ग्राहक सहकारी संस्था : उगम, उद्दिष्टे व गरज

अ) उगम:

जगातील सहकारी चळवळीची सुरवात ग्राहक सहकारी संस्थेतून झाली. ही घटना निश्चितच उल्लेखनीय मानावी लागेल. १८४४ मध्ये इंग्लंडमध्ये "राॅबर्ट ओवेन" व "विल्यम किंग" यांच्या प्रेरणेने २८ गरीब विणकरांनी सहकारी तत्वांचा आधार घेवून प्रथम ग्राहक सहकारी संस्थेची निर्मिती केली. इंग्लंडमधल्या औद्योगिक क्रांतीतून उदयास आलेल्या कामगार वर्गाचे उत्पन्न अत्यंत मर्यादित होते. त्यातून त्यांना चांगल्या, स्वच्छ, योग्य वजनमापाच्या व भेसळ नसलेल्या वस्तुं मिळविता याव्यात या उद्देशाने "राॅशडेल इक्वीटेबल पायोनियर्स" संस्थेची स्थापना करण्यात आली. ही संस्था वस्तुची खरेदी सामूहिकपणे घाऊक दरात करित असे व योग्य किंमतीत त्या वस्तुंच्या 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 महत्त्व प्राप्त झाले व या संस्थेच्या स्थापनेनंतर इंग्लंडमध्ये प्राथमिक ग्राहक सहकारी चळवळीच्या विकासाला चालना मिळाली.

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

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

कोष्टक-१
जागतिक सहकारी चळवळीची स्थिती

अ. नं.	संस्थाचा प्रकार	१९७४ ते १९७५	
		संस्थांची संख्या	सभासदत्व दशलक्ष
१)	ग्राहक सहकारी संस्था	६२, २१८	१२४.८
२)	पतपुरवठा सहकारी संस्था	२, ७८, २५२	९०.५
३)	शेती सहकारी संस्था	१, ६५, २८२	५५.९
४)	गृहनिर्माण सहकारी संस्था	४५, ८८४	८.१
५)	उत्पादकांच्या सहकारी संस्था	३८, ९५४	५.०
६)	मत्स्योद्योग सहकारी संस्था	११, ७७५	१.८
७)	इतर सहकारी संस्था	२४, ३४७	१९.०
एकूण		६, ३०, ७१२	३०५.१

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

ब) ग्राहक सहकारी संस्था- अर्थ व गरज:

सहकारी संस्थांचे 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 संस्थांच्या वर्गीकरणाचा आधार कोणताही असला तरी कोणत्याही सहकारी संस्थेचा हेतु सभासदांच्या हिताचे रक्षण करणे हाच असतो. उपभोक्ते जेव्हा स्वहच्छेने सहकारी तत्वांवर एकत्रित येतात तेव्हा ग्राहक सहकारी संस्थेची निर्मिती होते. ग्राहक सहकारी तत्वावर एकत्र आल्याने उद्योगातील नफ्याची जागा सेवा घेते. ग्राहकाना त्रासदायक ठरणा-या मक्तेदारी प्रवृत्ती नियंत्रित होतात. वितरण व्यवस्थेतले अनावश्यक मध्यस्थ नाहीसे झाल्याने 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"^३.

"ब्रिटनमधील Independent commission on co-operation च्या अहवालात ग्राहक सहकारी भांडारांची पुढील उद्दिष्टे स्पष्ट केली आहेत"^४.

१) ग्राहकांना योग्य व वाजवी दराने वस्तूंचा पुरवठा करणे. अशावेळी इतर उद्योग संस्था विघातक स्पर्धा 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 कार्यक्षता आणणे.
- ४) बाजारातील उपयुक्त वस्तुंची सामान्य किंमतीची पातळी किफायतशीर पातळीवर स्थिर ठेवणे.
- ५) ग्राहकांच्या फसवणुकीवर नियंत्रण आणणे.
- ६) या संस्थामार्फत ग्राहकांना लोकशाहीचे शिक्षण देणे.

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

सुरवातीला नमूद केल्याप्रमाणे जगातील सहकारी चळवळीचा उगम सहकारी ग्राहक संस्थेच्या स्थापनेतून झाला आहे व ग्राहक संस्थेचा उगम हा भांडवलशाही किंवा मुक्त बाजार यंत्रणेच्या दोषामध्ये आहे. या अर्थव्यवस्थेतील खाजगी मालकी व मुक्त स्वातंत्र्य या वैशिष्ट्यांमुळे 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 बाजारांमध्ये 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

