

परिशिष्ट - १

१९६३ च्या महाराष्ट्र राज्याच्या बाजार कायदातील
ठळक वैशिष्ट्ये

पार्श्वभूमी :

१९३९ मध्ये मुंबई राज्यात "दि. बॉम्बे अँग्रिकल्चरल प्रोड्यूस मार्केट ॲक्ट" लागू करण्यात आला. या कायदानुसार जास्तीत जास्त शेतमालाचे नियंत्रण करण्यात आले. यात सर्व शेती उत्पादनाबरोबर फळे व जनावरे यांचा समावेश केला होता.

या कायद्याच्या मुल्यमापनासाठी मुंबई सरकारने १९ ऑगस्ट, १९५० रोजी प्रा. एम्. एल्. दांतवाला यांच्या अध्यक्षतेखाली एक समिती नेमली होती. या समितीने अशी शिफारस केली की हा कायदा फायदेशीर आहे. तरी नियंत्रित बाजार पेठांच्या स्थापनाचा विस्तार करावा.

१९५५-६६ मध्ये दुसरी तज्ञ समिती श्री. टी. जी. शर्मा यांच्या अध्यक्षतेखाली नेमली. या समितीने १६७ शिफारसीसह आपला अहवाल सरकारला सादर केला. १९६३ मध्ये महाराष्ट्रात नविन मार्केटींग ॲक्ट करण्याची गरज निर्माण झाली कारण नव्याने निर्माण झालेल्या महाराष्ट्र राज्यात वेगवेगळ्या विभागात वेगवेगळे कायदे होते. राज्याच्या विधान सभेत १२ डिसेंबर, १९६३ रोजी नविन मार्केटींग ॲक्ट मान्य करण्यात आला. परंतु या नविन कायद्याची अंमल-बजावणी १५ जुन १९६७ पासून करण्यात आली. १९६३ च्या कायद्यात १९६८ साली आणि १९७० साली दुरुस्ती करण्यात आली आहे.

१९३९ च्या कायद्याचे किंवा त्याची जागा घेणा-या १९६७ च्या कायद्याचे प्रमुख उद्दिष्ट वजने-मापे सुटसांड, व हप्त्यापधदती (सेल अंडर कव्हर सिस्टीम्स) यांच्या संबंधित खालील अडत्ये व व्यापा-यांनी १९३९ पर्यंत चालविलेल्या उत्पादक शेतक-यांच्या फसवणुकीचे आणि लांडी-लबाडीचे नियंत्रण करण्यापुरतेच मर्यादित होते व आहे.

मार्केटींग अॅक्ट मधील महत्वाच्या तरतुदी:

अ) मार्केटींग अॅक्टची उद्दिष्टे:

१) "दि बॉम्बे अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस मार्केटींग अॅक्ट १९३९" (१९३९ चा कायदा नंबर २२)

मुंबई राज्य शासनाने १९३९ मध्ये "दि बॉम्बे अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस अॅक्ट" मान्य केला. या कायद्याचे प्रमुख उद्दिष्ट शेतमालाल सर्वोत्तम भाव देणे हे होते. कारण शेतमालाला सर्वसाधारण विपणी बाजारात उत्पादन खर्चाच्या मानाने योग्य भाव मिळत नव्हता. या कायद्याचे बिल वित्तमंत्र्यांनी तयार केलेले होते. हा कायदा ज्या उद्देशाने केला गेला तो उद्देश म्हणजे, शेतक-याने बाजारात नेलेल्या वस्तुस योग्य भाव मिळून तो दलाल किंवा इतर मध्यस्थामार्फत विकला जाऊ नये आणि शेतक-यांचा अयोग्य रितीने फायदा घेतला जाऊ नये.

२) "दि महाराष्ट्र अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस मार्केटींग अॅक्ट-१९६३"
या कायद्याच्या उद्दिष्टाचे विधान:

सध्या शेती उत्पादनाची खरेदी-विक्री या बाबतीत बेगवेगळ्या राज्यात वेगवेगळ्या ठिकाणी वेगवेगळे कायदे आहेत. महाराष्ट्र राज्यातील मुंबई विभागासाठीचा "दि बॉम्बे अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस मार्केटींग अॅक्ट-१९३९" हा आहे. विदर्भासाठी "दि सेन्ट्रल प्रोव्हिन्सेस अॅण्ड बेअरर काँटन मार्केट अॅक्ट-१९३५" हा कायदा अस्तीत्वात होता. तर हैद्राबाद विभागासाठी "हैद्राबाद अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस मार्केट अॅक्ट नं.-२" हा कायदा अस्तीत्वात होता. सरकारने १९५५ मध्ये एक समिती नियुक्त केली ज्या समितीचे काम शेतमालाच्या खरेदी-विक्री विषयीच्या व्यवस्थेचा तपशिल पाहून सरकारला सल्ला देणे हे होते. १९३९ च्या दि बॉम्बे अॅग्रिकल्चरल प्रोड्यूस अॅक्टची कार्यक्षम अंमलबजावणी व्हावी म्हणून समितीने अनेक सुचना केल्या. या सर्व सुचना विचारात घेवून सध स्थितीतील बिल तयार केलेले आहे.

ब) बाजार समितीचे कार्यक्षेत्र:

१९३९ च्या कायद्यानुसार कार्यक्षेत्राची मर्यादा "मार्केट एरिया", "मार्केट प्राॅपर" आणि "मार्केट यार्ड" या संकल्पनांने स्पष्ट केली आहे. मार्केट एरिया हा तालुक्याच्या महसूल विभागा स्वदाच मर्यादीत करण्यात आला आहे. आवश्यकता वाटल्यास क्षेत्रात वाढ करता येते. मार्केट प्राॅपर हे क्षेत्र मुख्य बाजार आवाराच्या १० कि.मी. सभोवताली घोषित केले आहे. मार्केट यार्डाचे क्षेत्र मुख्य आणि उपबाजार आवारात ज्या ठिकाणी विपणनाची क्रिया चालते त्या ठिकाणी घोषित केले आहे.

१९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यात "मार्केट प्राॅपर" ही संकल्पना काढून टाकण्यात आली आहे.

क) बाजार समितीची स्थिती:

(Composition of Market Committee)

१९३९ च्या आणि १९६३ च्या कायद्यानुसार बाजार समितीच्या सभासदांची वर्गवारी कोष्टक १ मध्ये स्पष्ट केली आहे. याच कोष्टकात १९६८ च्या महाराष्ट्र कायद्यानुसार दुरुस्त करण्यात आलेली वर्गवारी स्पष्ट केली आहे.

१९३९ च्या कायद्यानुसार शेतकरी आणि व्यापारी यांच्या प्रतिनिधीत्वात समानता नव्हती. ब-याच वेळा स्थानिक अधिकारातून प्रतिनिधी निवडताना तो व्यापा-या मधुनच निवडला जात असे. १९३९ च्या कायद्यानुसार मामलेदार हा शासनाचा नियुक्त केलेला सभासद असे . १९६३ च्या कायद्यानुसार मामलेदाराची शासनाचा प्रतिनिधी म्हणून नियुक्ती रद्द केली आहे. १९६३ च्या कायद्यानुसार फक्त व्यापारी आणि शेतकरी यांच्या प्रतिनिधीनांच मतदानाचा अधिकार देण्यात आला आहे. १९६८ च्या कायद्यातील दुरुस्तीनुसार सभासद संख्या १८ ही निश्चित करण्यात आली आहे.

कोष्टक - १

बाजार समितीच्या सभासदांची कायदेशीर वर्गवारी

अ. नं.	सभासदत्व (Constituents)	१९३९ च्या मुंबई कायदानुसार		१९६३च्या	१९६८ च्या
		सभासद संख्या	कमीत कमी	जास्तीत जास्त	महाराष्ट्र काय -दानुसार सभासद संख्या
१	२	३		४	५
१)	शेतकरी	६	८	७	-
२)	सहकारी वित्तपुरवठा संस्था	-	-	-	७
३)	खेड्यातील ग्राम पंचायती	-	-	-	३
४)	व्यापारी	३	४	३	३
५)	तालुका खरेदी-विक्री संघाचा प्रतिनिधी	-	-	१ किंवा २	१
६)	पंचायत समिती प्रतिनिधी	-	-	१	१
७)	स्थानिक अधिकारी सभासद	१	१	१	१
८)	जिल्हा परिषद प्रतिनिधी	-	-	१	१
९)	शासन नियुक्त सभासद	२	२	१	१
१०)	जिल्हा शेती अधिकारी	-	-	१	१
एकूण		१२	१५	१५ किंवा १६	१८

संदर्भ : Functioning of Regulated Market : A case study of
Shahu Market Yard, Kolhapur, Page No.27
M.Phil. Thesis by G.B. Ambapkar.
Research Guide Dr. R.R. Doshi.

ड) बाजार समितीचा कालखंड :
(Tenure of Office)

शासनाने नियुक्त केलेल्या बाजार समितीचा कालखंड हा दोन वर्षांचा ठरविला आहे. तर निवडणुक होऊन नेमलेल्या बाजार समितीचा कालखंड हा तीन वर्षांचा निश्चित केला आहे. ज्यावेळेस साकारी अधिकृत पत्रिकात निवडणुन आलेल्या सभासदांची नांवे प्रसिध्द केली जातात. तेव्हांच ती बाजार समिती अधिकार पदावर येते. १९७१ च्या महाराष्ट्र कायद्याने निवडुन आलेल्या सभासदांच्या नावांच्या प्रसिध्दी बरोबरच निवडणुकांचा निकाल सरकारी अधिकृत पत्रिकातून जाहिर करण्याची अट घातली आहे.

या शिवाय १९३९ च्या मुंबई कायद्यात बाजार समितीच्या सभासदाला अधिकार पदावरून कमी करण्याची तरतूद करण्यात आली नव्हती. ती तरतूद १९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यात केली आहे.

फ) बाजार समितीचे अधिकार आणि कर्तव्य :

बाजार समितीला पुढील अधिकार आणि कर्तव्य पार पाडावी लागतात.

- १) नियम, उपनियम आणि कायद्यातील तरतुदी यांची अंमल बजावणी करणे.
- २) बाजारात येणा-या व्यक्तींची आणि वहानांची नियमित नोंद करणे.
- ३) बाजारात व्यापारासाठी येणा-या लोकांच्या वर्तनावर लक्ष ठेवणे
- ४) परवानाधारकांना परवाने देणे, नुतनीकरण करणे, नाकारणे, यष्टविणे किंवा रद्द करणे.
- ५) बाजारातील विपणन व्यवस्थेशी संबंधित असलेले व इतर घटकांच्या बाबतीतील तंदटे मिटविण्यासाठी सुविधा उपलब्ध करणे.
- ६) नियम उपनियम आणि कायद्यातील तरतुदी यांचा भंग करणा-या व्यक्तीस शिक्षा (Prosecute) किंवा दंड करणे.
- ७) बाजारात प्रवेश आणि बाजाराचा वापर यासह बाजाराचे व्यवस्थापन करणे व या पध्दतीचे कार्य करणे.

- ८) शेतमाल उतस्न घेणे, वजन करणे, त्याचा मोबदला भागविणे आणि बाजारातील शेतमालाचे विपणन नियंत्रित करणे
- ९) कार्यक्षमतेसाठी वापरात आणावयाच्या साधन सामग्रीसह स्थावर जंगम, मिळकत हस्तगत करणे, ताब्यात घेणे किंवा विक्री करणे.
- १०) उत्पादित मालाची विक्री, साठवण व प्रक्रिया, किंमती व वाहतुक (धान्य उत्पादने, सांख्यिकिय आणि विपणी विषयक माहिती) या विषयी शेतकी विपणन संचालकास आवश्यक असणारी माहिती गोळा करणे, एकत्र करणे आणि पुरविणे.
- ११) ठरलेल्या पध्दती प्रमाणे शेतमालाची प्रतवारी आणि प्रमाणीकरण करून गैर व्यवहार थांबविण्याच्या सर्व सोयी उपलब्ध करून देणे.
- १२) नियम, उपनियम व कायद्यातील तरतुदी आणि परवाना देण्याच्या पध्दती यावर नियंत्रण ठेवणे.
- १३) ठरविलेल्या पध्दतीने इतर सर्व कामे जबाबदारीने पार पाडणे.

ग) अध्यक्ष आणि उपाध्यक्ष :

या पदासाठी शिक्षणाची अट घालण्यात आली नाही. यांना देण्यात येणारे मानधन कायम स्वस्माचे असून ते ३,६०० रू.मध्ये ठरविण्यात आले आहे. सर्व साधारण परिस्थितीत यांचा बाजार समितीवर तीन वर्षे ताबा असतो.

घ) सभा : (मिटींग्ज)

१९३९ च्या मुंबई कायद्यामध्ये बाजार समितीची सभा केव्हा घेतली जावी अशी कायदेशीर तरतुद करण्यात आली नव्हती. परंतु १९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यानुसार प्रत्येक बाजार समितीला ६० दिवसातून एक सभा घेण्याची कायदेशीर तरतुद केली आहे. १९७१ च्या दुरुस्ती कायद्यात ही सभा शक्यतो ६० दिवसांच्या मध्यतंत्रीच्या काळात घेण्याचे बंधन घातले आहे. या बरोबरच या प्रत्येक सभेला कमीत कमी १० सभासद हजर असणे आवश्यक आहे.

च) उप समित्यांची स्थापना :

१९६३ च्या महाराष्ट्र कायदानुसार प्रत्येक बाजार समितीने उप-समित्यांची नेमणूक करणे आवश्यक आहे. उदा: नोकर भरती व त्यांची बदती यासाठी समिती, बांधकाम समिती या समित्यांची स्थापना केली जाते. या शिवाय हिशोब, वजन, शेतक-यांना देण्यात येणारे पैसे इत्यादी व्यवहारातून कांही वाढ निर्माण झाले तर ते मिटविण्यासाठी तक्रार निवारण समितीची स्थापना केली जाते. बाजार समितीचा उपाध्यक्ष हा या उप समित्याचा विशिष्ट काळापर्यंत अध्यक्ष असतो.

छ) कर्मचारी वर्ग (प्रशासकिय वर्ग)

बाजार समिती आपल्या दैनंदिन व्यवहाराचा भार सचिव आणि इतर कर्मचारी वर्ग यांच्यावर सोपवते. सचिव हा मुख्य कार्यकारी अधिकारी असून तो बाजार समितीने ठरविलेल्या गोष्टींची पूर्तता करतो. सचिव हा अध्यक्षाचा जबाबदार प्रतिनिधी म्हणून कार्य पार पाडतो. या शिवाय सचिवाला इतर कर्मचा-यांच्या कामाची विभागणी करावी लागते. तसेच बाजार समितीच्या सभेला सचिवांना हजर राहावे लागते.

सचिवाला तपासणी करणे, मालावर जप्ती आणणे, वजने आणि मापे यांची तपासणी करणे, बाजार आवारातील लेखा पुस्तिकांची तपासणी करणे इत्यादी अधिकार देण्यात आले आहेत.

इतर कर्मचारी वर्गात प्रामुख्याने उप-सचिव, हिशोबनिस खजिनदार इन्स्पेक्टर, मुख्य लिपीक, लिपीक, सांख्यिकिय, शिपाई, वॉचमन, ड्राव्हर, द्वारपाल इत्यादीचा समावेश केला जातो. याची नियुक्ती बाजार समितीकडून केली जाते.

बाजार समितीत नेमल्या जाणा-या कर्मचा-यांचा तपशील कोष्टक २ मध्ये दर्शविला आहे.

कोष्टक - २

वर्गवारी नुसार बाजार समित्यांच्या कर्मचा-यांचा तपशिल

अ. नं.	तपशिल	बाजार समितीचे वर्ग					
		अ	ब	क	ड	इ	फ
१)	उत्पन्न पातळी	६लाख स. ०. ५लाख ते १लाख स्मये जास्त	३०हजार ते ५० हजार स्मये	२०हजार ते ३० हजार स्मये	१०हजार ते २० हजार स्मये	१० हजार स्मयापेक्षा कमी	
२)	उभारणी (Establishment)						
	खर्चाची एकूण खर्चाशी असलेली मर्यादा /	४५	५०	५५	६०	६५	७०
३)	नेमल्याजाणा-या कर्मचा-यांची संख्या						
	१) सचिव	१	१	१	१	१	१
	२) सहसचिव	१	१	-	-	-	-
	३) हिशोबनिस	१	१	१	-	-	-
	४) इन्स्पेक्टर	१	१	१	१	१	-
	५) पर्यवेक्षक	१	-	-	-	-	-
	६) कनिष्ठ लिपीक	६	४	३	१	१	१
	७) सांख्यिकिय	१	-	-	-	-	-
	८) वाँचमन	१	१	१	-	-	-
	९) शिपाई	३	२	२	१	१	१
४)	जादा कर्मचारी वर्ग						
	१) मुख्य शिपाई	१	१	-	-	-	-
	२) मुख्य वाँचमन	१	१	-	-	-	-
	३) ग्रेडर	१	१	-	-	-	-
	एकूण	१९	१४	९	४	४	३

टिप: या शिवाय प्रत्येक मोठ्या व लहान उपबाजार आवारात या शिवाय पुढील कर्मचारी नेमले जातात.

पद	मोठा उपबाजार आवार	लहान उपबाजार आवार
१) सहसचिव	१	-
२) लिपीक	१	१
३) शिपाई	१	१

संदर्भ : Circular No. CM/R. Staff/Exp/1973 dated 31-3-1973 of the Director of Marketing, Maharashtra State, Pune.

ज) शिक्षण आणि प्रशिक्षण :

१९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यानुसार अधिका-यांचे (ऑफिसर्स) शिक्षण पदवी पर्यंत असणे आवश्यक आहे. इतर वरिष्ठ कर्मचा-यांचे शिक्षण माध्यमीक शालांत परिक्षा उत्तीर्ण असणे आवश्यक आहे. इतर कनिष्ठ नोकरांना शिक्षणाची अट घातलेली नाही.

अधिकारी आणि इतर वरिष्ठ नोकर वर्ग यांना योग्य आणि कार्यक्षम पध्दतीने कायद्यांची अंमल बजावणी करण्यासाठी प्रशिक्षणाची आवश्यकता आहे. बाजार समिती कर्मचा-यांची प्रशिक्षणासाठी निवड करते. ही निवड करताना प्रशिक्षण पूर्ण झाल्यानंतर कमीत कमी तीन वर्षे याच बाजार समितीत सेवा करण्याचे करार पत्र त्या कर्मचा-याकडून लिहून घेतले जाते.

झ) नियंत्रणाखाली आणलेल्या वस्तू :

(Commodities Covered Under Regulation)

१९३९ च्या मुंबई कायद्यानुसार ८६ वस्तूंचे नियमन करण्यात आले होते. यात ३६ शेती उत्पादीत वस्तू होत्या. ११ प्रकारची फळे, ५ पालेभाज्या ९ प्रकारची जनावरे व जनावरापासून मिळणा-या उत्पादीत वस्तू, गवत आणि वैरण याचा समावेश. केला होता. १९६३ चा महाराष्ट्र कायदा आणि १९७२ मध्ये दुरुस्त करण्यात आलेला कायदा यानुसार ११० वस्तूंचे नियमन करण्यात आले आहे. यात प्रामुख्याने २ तंतूमय शेतीमाल (Fibres), १५ अन्नधान्य , १३ कडधान्य, १२ तेलबिया, १७ प्रकारची फळे, जनावारापासून मिळणा-या उत्पादनाचे ६० प्रकार इत्यादी वस्तूंचा समावेश करण्यात आला आहे.

ट) मुख्य आणि उप बाजार आवाराची स्थापना :

(Set-up of Market Yard and Sub-Market Yard)

१९३९ चा मुंबई कायदा आणि १९६३ चा महाराष्ट्र कायदा या नुसार प्रत्येक बाजार समितीत मुख्य बाजार आवार स्थापन करण्याची अट घातली आहे.

तसेच आवश्यकता असल्यास उपबाजाराची स्थापना करण्यास परवानगी दिली आहे. बाजार क्षेत्र हे तालुक्याच्या महसूल विभागा पुरतेच मर्यादित केलेले आहे. किंवा आवश्यकता असल्यास तालुक्याच्या बाहेरचे क्षेत्र बाजार क्षेत्र घेण्यास परवानगी दिली आहे.

त) बाजार समितीची वित्तीय स्थिती:

(Financial Position of the Market Committee)

बाजार समितीने प्रामुख्याने परवाना फी आणि मार्केट फी या बाबी पासून उत्पन्न मिळविणे आवश्यक आहे. या शिवाय राज्य सरकारकडून मिळणारे अनुदान, कर्ज व बाजार आवारात कार्ये करणा-या व्यक्तीवर आकारला जाणारा टॅंड या मार्गांनी सुध्दा उत्पन्न प्राप्त करता येते.

१) परवाना फी :

प्रत्येक बाजारसमितीने स्वतःच्या उप-नियमा प्रमाणे बाजार आवारात विपणनाचे कार्ये करणा-या प्रत्येक व्यक्तीवर परवाना फी आकारावी अशी १९३९ च्या मुंबई आणि १९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यात तरतुद केली आहे. तसेच हा परवाना रद्द करण्याचा किंवा नुतनीकरण करण्याचा कालावधी बाजार समितीने ठरवावयाचे आहे.

२) मार्केट फी :

१९३९ च्या मुंबई कायद्यानुसार विपणनाच्या होणा-या व्यवहारावर फी आकारण्याचा अधिकार बाजार समितीला देण्यात आला होता. ही फी शेतमाल उत्पादकांच्यावर त्या मालाच्या वजनाप्रमाणे आकारली जात आसे. परंतु १९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यानुसार बाजार समितीला मार्केट फी खरेदी दारा-कडून वसूल करण्याचे अधिकार दिले आहेत.

३) देखभाल चार्ज (नियंत्रण शुल्क)
(Supervision Charges)

दि डायरेक्टर ऑफ अॅग्रिकल्चरल मार्केटिंग पुणे यांच्या ३१-१-१९७२ च्या परिपत्रक क्रमांक **CMR/R/11 SUP/CESS** नुसार आणि १९७२ च्या महाराष्ट्र राज्यातील विभाग ३४ नुसार देखभाल चार्ज हा प्रत्येक खरेदीदाराकडून वसूल करावयाचा आहे. हा चार्ज १०० रुपये विण्णन क्रियेवर ५ पैसे ठरविण्यात आला आहे.

४) इतर मार्ग :

इतर मार्गात प्रामुख्याने दंडापासून मिळणारे उत्पन्न वित्तिय माल मत्तेच्या गुंतवणुकी पासून मिळणारे उत्पन्न यांचा समावेश केला आहे. १९३९ च्या मुंबई कायद्यातील विभाग १७ नुसार आणि १९६३ च्या कायद्यातील विभाग ४८ नुसार बाजार समितीला बाजार आवारात विना परवाना कार्ट करणा-या व्यक्ती-यावर ५००/- रुपया पर्यंत दंड आकारण्याचा अधिकार देण्यात आला आहे. दंडा पासून बाजार समिती उत्पन्न प्राप्त करू शकते. याशिवाय बाजार समिती आपला नफा सरकारी रोख्यामध्ये गुंतवून उत्पन्न प्राप्त करू शकते.

५) बहिस्थ मार्ग :

(External Source)

यात प्रामुख्याने कर्ज आणि अनुदान या मार्गांचा समावेश करण्यात येतो.

बाजार समिती आपले उत्पन्न वाढविण्यासाठी कर्ज घेऊ शकते. हे कर्ज प्रामुख्याने जागा खरेदी करणे, इमारतीचे बांधकाम करणे व बाजार समितीच्या आवारात प्राथमिक सुविधा उपलब्ध करणे या गोष्टींवर खर्च करण्यासाठी मिळते. हे कर्ज बाजार समितीची तांत्रिक आणि आर्थिक अडचण सिध्द झाल्यानंतर

राज्यसरकार मंजूर करते. या कर्जाच्या परत फेडीचा कालावधी १५ वर्षांचा असून त्यावर ५ $\frac{1}{2}$ % दराने व्याज आकारले जाते १९६३ च्या महाराष्ट्र कायद्यात कर्जाची आणि व्याजाची परत फेड करण्यासाठी कायम स्वस्माचा निधी निर्माण करण्याची अट बाजार समितीला घातली आहे.

बाजार समितीचा सुरुवातीचा खर्च भागविण्यासाठी अनुदान दिले जाते. हे अनुदान ज्या समितीचे वार्षिक उत्पन्न १०,००० रुपया पेक्षा कमी आहे. त्या समितीला ३,००० रुपये दिले जाते. तर ज्या समितीचे उत्पन्न १०,००० रुपया पेक्षा जास्त आहे. त्या बाजार समितीला ५,००० रुपये अनुदान दिले जाते.