प्रकरण चौथे

रसाची मागणी आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.१ रसाच्या मागणीचे स्वरूप

४.२ रसाच्या मागणीवर प्रभाव पाडणारे घटक

४.२.१ रसाची किंमत आणि रसाची मागणी

४.२.२ हवामान आणि रसाची मागणी

४.२.३ रसवंतीगृहाचे ठिकाण आणि रसाची मागणी

४.२.४ रसास पर्यायी पेये व त्यांच्या किंमती आणि रसाची मागणी

४.३ रसाच्या मागणीची रचना

४.४ रसाची विक्री वाढविण्यासाठी रसवंतीगृहाकडून केले जाणारे प्रयत्न

४.५ कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.५.१ ऊसाची विक्री आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.५.२ चिपाडाची विक्री आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.५.३ रसाची विक्री आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.६ रसवंतीगृहांच्या उत्पन्नाचे प्रमाण

प्रकरण चौथे

रसाची मागणी आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न

४.१ ` रसाच्या ` मागणीचे स्वरूप :

रसवंतीगृहात ऊसापासून रस उत्पादन करून त्याची विक्री करण्याचे कार्य केले जाते. असा रस उत्पादन करतानाच त्यामध्ये बर्फ, आले आणि लिंबू यांचा वापर केला जातो, त्यामुळे ` रस ` हे एक शितपेय म्हणून ग्राहकाकडून त्याची मागणी केली जाते. त्यामुळे ` रस ` हा शितपेयगृहातील सोडा, लेमन यासारख्या शितपेयांना एक नजिकचा पर्याय ठरला आहे. म्हणूनच रसवंती व्यवसाय आणि इतर शितपेय व्यवसाय परस्परास पर्यायी ठरलेले असून त्यामध्ये स्पर्धा असलेली आढळते. इतकेच नव्हे तर उन्हाळयाच्या काळात असे आढळते की, बरेचसे ग्राहक चहा अगर कॉफी पिण्याऐवजी ` रसा ` चा पेय म्हणून स्वीकार करतात त्यामुळे चहा अगर कॉफी याना देखील ` रस ` हा पर्याय ठरलेला आढळतो. याप्रकारे एकप्रकारचे थंड आणि गोड पेय म्हणून रसाची ग्राहकांकडून मागणी केली जाते.

४.२ रसाच्या मागणीवर प्रभाव पाडणारे घटक :

कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांच्या सर्वेक्षणातून असे दिसून आले की, रसाची मागणी प्रभावीत करणारे काही मोजके घटक असून ते पुढील प्रमाणे :

४.२.१ रसाची किंमत आणि रसाची मागणी-

रसवंतीगृहातून पुरविल्या जाणाऱ्या रसाची किंमत ही इतर शितपेयापेक्षा तुलनेने कमी आढळते. २०० मिली लिटरच्या पूर्ण ग्लास रसाची किंमत १२५ पैसे असून अर्धा ग्लास रसाची किंमत ७५ पैसे आहे, आणि रसाच्या या किंमती तुलनेने कमी आढळतात. मध्यमवर्गीय ग्राहकाला ज्यावेळी शितपेय

पिण्याची इच्छा होते त्यावेळी असा ग्राहक इतर शितपेयांच्या तुलनेत ` रसच ` अधिक पसंत करतो. तुलनात्मकदृष्टया कमी किंमतीचा रसाची मागणी वाढण्याच्या दृष्टीने मदत झालेली आढळते.

१९८८-८९ आणि १९८९-९० या दोन हंगामात कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी ` रसाच्या ` किंमतीत बदल केलेला आढळत नाही. त्यापूर्वी मात्र रसाच्या किंमती पूर्ण ग्लासला १ ०० पैसे आणि अर्ध्या ग्लासला ६० पैसे अशा होत्या. १९८८-८९ च्या हंगामात कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी रसाच्या किंमती वाढवून पूर्ण ग्लासला १२५ पैसे आणि अर्ध्या ग्लासला ७५ पैसे अशा निश्चित केल्या, आणि आजपर्यन्त या किंमतीत त्यांनी बदल केलेला नाही. या दोन वर्षांच्या काळात इतर वस्तूंच्या व पेयांच्या किंमती मात्र वाढलेल्या आढळतात. स्वढेच नाही तर चहा पावडर आणि साखरेच्या किंमतीतील चढउतारानुसार ` चहा ` च्या किंमती देखील या काळात बदललेल्या आढळतात. पण रसाच्या किंमती रसवंतीगृहांनी स्थिर ठेवलेल्या आहेत. परिणामी इतर शितपेयांच्या तुलनेत ` रस ` हे पेय स्वस्त ठरत असल्याने ग्राहकांची मागणी वाढत आहे असा दावा रसवंतीगृह संयोजक-मालकांचा आहे.

रसाच्या किंमतीच्या संदर्भात रसवंतीगृह संयोजकाशी चर्चा केली असता ऊस, बर्फ, आले, लिंबू आणि विशेषत: विज बिल व विज दरवाढ कामगारांचे पगार यांच्यावरील होणारा खर्च विचारात घेऊन रसाचे दर ठरविलेले आहेत असे स्पष्ट झाले. अलिकडील काळात महाराष्ट्र शासनाने विज दरात केलेली वाढ आणि ऊस व ऊस वहातूक यावर होणारा वाढता खर्च विचारात घेऊन रसाच्या दरात पुढील रसवंती हंगामात म्हणजेच १९९०-९१ च्या हंगामापासून रसाच्या दरात वाढ करण्याची आवश्यकता असल्याचे अनेक रसवंती संयोजक-मालकांनी आपले मत व्यक्त केले. रसाच्या किंमतीत वाढ केल्याने रसाची मागणी घटेल काय ? असा प्रश्न केला असता बहुतेक संयोजकांनी मागणीवर विपरीत परिणाम होणार नाही असे सांगितले आणि त्याचे

त्यानी असे स्पष्टीकरण केले की, रसाच्या किंमतीत अल्पशी वाढ केली जाईल. पण दरम्यानच्या काळात वाढत्या महागाईमुळे इतर वस्तू व शितपेयांच्या किंमती वाढलेल्या असतील आणि रसाच्या किंमतीतील वाढ ग्राहकांना सुसह्य ठरेल असा त्याना विश्वास आहे. थोडक्यात, रसाच्या तुलनात्मकदृष्ट्या खालच्या पातळीवरील किंमती ` रसास ` पुरेशी मागणी निर्माण करण्यास कारणीभूत ठरत आहेत.

४.२.२ <u>हवामान आणि रसाची मागणी</u> -

रस हे एक शितपेय असल्याने तपमान जेवढे उष्ण तेवढी रसाची मागणी जास्त असल्याचे आढळते. पावसाळ्यात रसाची मागणी नसल्याने रसवंतीगृहे आपला व्यवसाय बंद ठेवतात असे आढळते. आक्टोबर महिन्यापासून हा व्यवसाय सुरू केला जातो. तथापि आक्टोबर ते फेब्रुवारी महिन्याच्या मध्यापर्यन्त हवामान थंड असल्याने रसाची मागणी फारशी वाढत नाही उलट हिवाळा जेवढा कडक अगर अधिक तीव्र तेवढी रसाची मागणी घटते. या उलट उन्हाळयाच्या काळात हवेतील उष्णता वाढत जाते. तसतशी रसाची शितपेय म्हणून मागणीही वाढते. त्यामुळे असे म्हणता येते की, जेवढे उन्हाळयाचे अगर हवेतील उष्णतेचे प्रमाण अधिक आणि उन्हाळयाचा काळ अधिक तेवढी रसाची मागणी अधिक असते. म्हणून रसाच्या मागणीवर प्रभाव पाडणारा हवामान हा एक महत्वाचा घटक ठरतो.

कोल्हापूरातील तपमान आणि कोल्हापूरातील रसवंतीगृहाकडे रसाची होणारी मागणी याचा परस्पर संबंध पडताळण्याकरिता संशोधकाने कृषी महाविद्यालय, कोल्हापूर येथील कृषी अभियांत्रिकी विभागातील हवामान विभागातून तपमानाची माहिती मिळविली, आणि कोल्हापूरातील रसवंती-गृहाच्या मागणीशी तुलना करता पुढील प्रमाणे स्थिती आढळली.

तक्ता क्र. ४.१

कोल्हापूरातील रसाची मागणी आणि कोल्हापूरातील कमाल तपमान यांचा परस्पर संबंध दर्शविणारा तक्ता

सरस्वती हंगाम काळातील महिने (१९८९-९०)	कोल्हापूरातील सरासरी कमाल तपमान (मासिक)	कोल्हापूरातील रसाची एकूण मागणी (रुपयात)	रसाची सरासरी मागणी (रुपयात)	पर्जन्यमान (मि.मी.)
सप्टेंबर	२८.५	२०००	२०००	१२०.८
आक्टोबर	३२.७	६४२००	४५८५.७१	९.४
नोव्हेंबर	३१.२	६४१००	४५७८.५७	१.६
डिसेंबर	२८.६	१०६३०	४८३१.८१	-
जानेवारी	३१.३	११९७००	५४४०.९०	३४.०
फेब्रुवारी	३२.१	१४५९००	६६३१.८१	-
मार्च	३४.०	१९३०००	८७७२.७२	-
एप्रिल	३६.६	२१७५००	९८८६.३६	-
मे	३५.१	२०६४००	९३८१.८१	८४.०
जून	२९.३	४४५००	३७०८.३३	४०.८
रसाची एकूण मागणी	-	११६३६००	-	-

तक्ता क्र. ४.१ मध्ये असे आढळून येते की, आक्टोबर १९८९ आणि डिसेंबर १९८९ मध्ये रसाची मागणी एकदम मोठी वाढलेली आहे याचे कारण असे की, सप्टेंबर १९८९ मध्ये केवळ एक रसवंतीगृहाने आपला व्यवसाय सुरू केला होता, तर आक्टोबर १९८९ मध्ये १४ रसवंतीगृहांनी व्यवसाय सुरू केला होता, त्यामुळे सप्टेंबर १९८९ शी तुलना करता आक्टोबर१९८९ मध्ये रसाच्या मागणीत

मोठी वाढ झालेली आढळते, तसेच डिसेंबर १९८९ मध्ये कोल्हापुरातील सर्वांच्या सर्व म्हणजेच २२ रसवंतीगृहांनी आपला व्यवसाय सुरू केला होता. परिणामी डिसेंबर १९८९ मध्ये रसाची मागणी एकदम वाढलेली आढळते. त्यामुळेच रसाच्या मागणीचा विचार करताना सरासरी मागणीच्या कल्पनेस महत्व प्राप्त होते. डिसेंबर १९९० पासूनच कोल्हापुरातील सर्व रसवंतीगृहे सुरू झाली असल्याने डिसेंबर नंतरच्या कालातील तुलनात्मक विचार करणे संयुक्तिक ठरेल.

तक्ता क्र. ४.१ वरून पुढील प्रमाणे निष्कर्ष काढता येतात :

१) डिसेंबर १९८९ चा अपवाद वगळता, तपमानात जसजशी वाढ होत जाईल तसतशी रसाची एकूण मागणी वाढत आहे या उलट घटत्या तपमानाबरोबर रसाची मागणीही घटलेली आढळते. उदा. जानेवारी १९९० मध्ये सरासरी कमाल तपमान ३१.३ सेल्सीयस होते आणि कोल्हापुरातील रसाची मागणी, १,११,७०० रुपये किंमतीची होती, फेब्रुवारी १९९० मध्ये सरासरी कमाल तपमान ३२.१ सेल्सीयस होते तर रसाची एकूण मागणी १,४५,१०० रुपये किंमतीची होती. एप्रिल १९९० मध्ये सरासरी कमाल तपमान ३६.६^{0} सेंटीग्रेड आणि त्या महिन्यातील रसाची एकूण मागणी २,१७,५०० रुपये किंमतीची होती. पण नंतरच्या मे १९९० मध्ये सरासरी कमाल तपमान ३५.१^{0} सेल्सीयस होते, (कारण मे १९९० मध्ये वळीव पाऊस ८४ मिली मिटर झाला होता म्हणून सरासरी कमाल तपमान घटलेले आढळते) आणि या मे महिन्यातील रसाची मागणीही घटून २,०६,४०० रुपयांपर्यन्त खाली आलेली आढळते. यावरून असे म्हणता येते की, तपमानात जसजशी वाढ होत जाईल तसतशी रसाची मागणी वाढत जाते.

२) रसाच्या सरासरी मागणीचा विचार करता देखील असे आढळते की, तपमानातील वाढीबरोबर रसाची सरासरी मागणी वाढत असून तपमानातील घटी बरोबर घटत आहे. जानेवारी १९९० ते एप्रिल १९९० या कालात

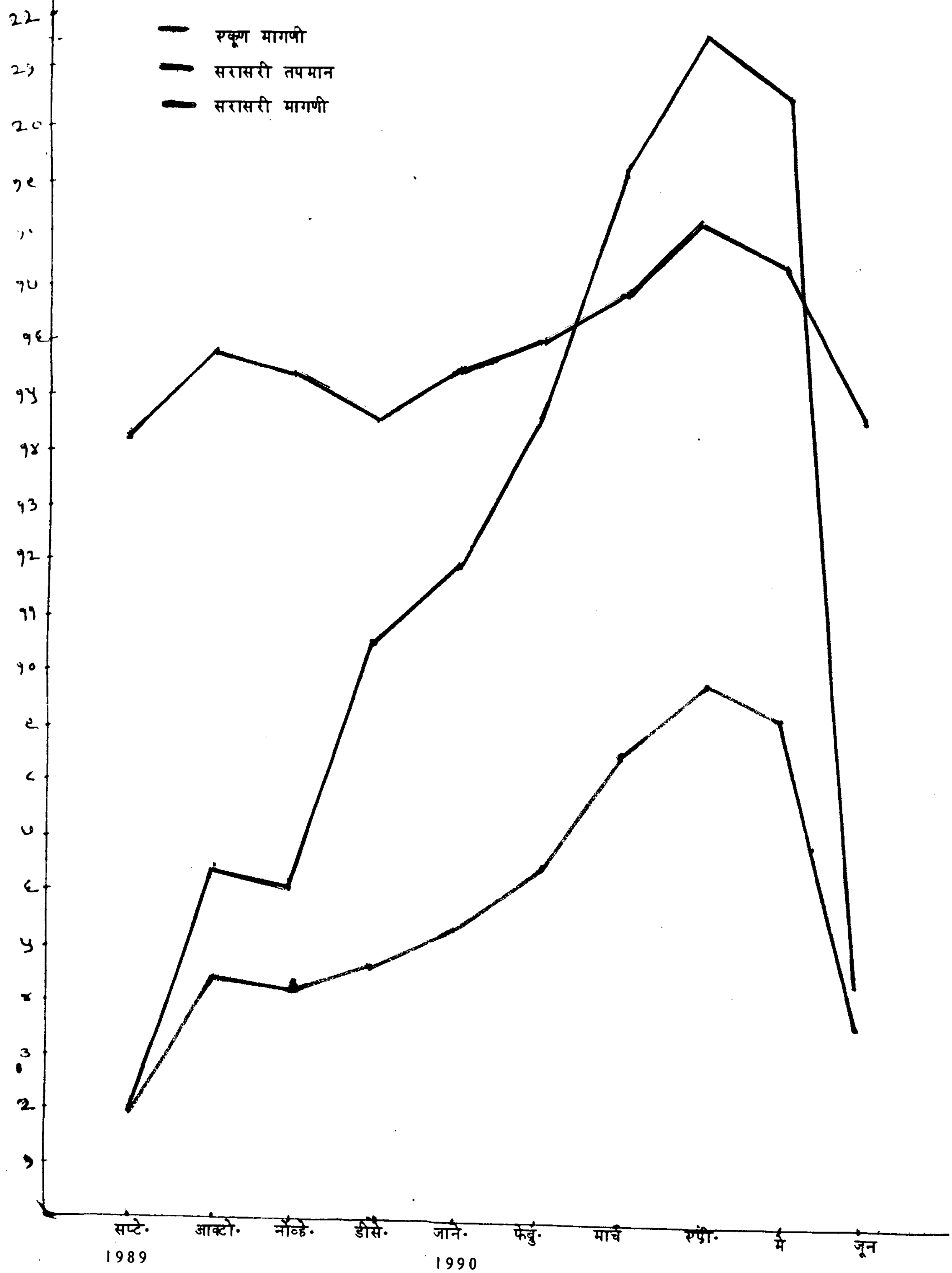
कोल्हापूरातील तपमान वाढत आहे. याच कालात रसाची सरासरी मागणीही वाढत आहे. जानेवारी १९९० मध्ये सरासरी कमाल तपमान ३१.३° सेल्सीयस होते त्यावेळी रसाची सरासरी मागणी ५४४०.९० रुपये होती आणि एप्रिल १९९० मध्ये तपमान ३६.६° सेल्सीयस पर्यन्त वाढत गेले. परिणामी शीतपेय म्हणून रसाची सरासरी मागणी ९८८६.३६ रु. पर्यन्त वाढली या उलट सलगच्या मे महिन्यात सरासरी तपमान ३५.१° सेल्सीयस पर्यन्त घसरले आणि त्या कालात रसाची सरासरी मागणी ९३८१.८१ रुपयांपर्यन्त घटलेले आढळते.

यावरून असे स्पष्ट होते की, रसाच्या मागणीवर तपमानाचा मोठा प्रभाव पडत असून तपमानातील वाढीबरोबर रसाची मागणी वाढते या उलट तपमानातील घटीबरोबर रसाची मागणीही घटते, याप्रकारे तपमान आणि रसाची मागणी याचा परस्पर संबंध असून तो संबंध एकाच दिशेचा असलेला आढळतो.

तक्ता क्रमांक ४.१ मधील तपमान व रसाच्या मागणीतील बदलती स्थिती आलेखाच्या सहाय्याने स्पष्ट करता येते.

आलेख क्रमांक ४·१

रसाची मागणी आणि तपमान यांचा परस्परसंबंध



प्रमाणः 1 सेंटीमिटर=10000 रुपये 1 सेंटीमिटर= 2 सेल्सीअस·

आलेख क्रमांक ४.१ वरून असे स्पष्ट होते की, डिसेंबर १९९० व नंतरच्या रसवंतीगृहाच्या हंगामाच्या कालात तमानाची रेषा वाढत जात असताना रसाच्या एकूण मागणीचा वक्र आणि सरासरी मागणीचा वक्र हे दोन्हीही डावीकडून उजवीकडे वाढत आहेत. म्हणजेच तमानातील वाढीबरोबर रसवंतीगृहातील रसाची मागणी वाढत आहे. एप्रिल १९९० नंतरच्या काळात तमान रेषा खाली उतरलेली आढळते त्यावेळी रसाची एकूण व सरासरी मागणी वक्र हे देखील डावीकडून खाली घसरलेले आढळतात. याचाच अर्थ असा की, तमानातील घटीबरोबर रसाची मागणी घटत आहे. आलेखावरून जेवढे उन्हाळ्याचे प्रमाण आणि काळ मोठा असतो तेवढी रसाची मागणी जास्त-मोठी असते या गृहितकास पुष्टीच मिळत असल्याचे आढळते.

हवामान आणि रसाची मागणी यांचा सहसंबंध (Co-relation) संख्याशास्त्रीय पध्दतीनेही दाखविता येऊ शकतो. रसवंतीगृह हंगाम १९८९-९० च्या काळात वेगवेगळ्या महिन्याच्या कोल्हापूरातील कमाल तमानाची सरासरी आणि कोल्हापूरातील सर्व रसवंतीगृहांच्याकडे त्या त्या महिन्यात झालेल्या रसाच्या विक्रीची (मागणीची) सरासरी पुढीलप्रमाणे होती.

तक्ता क्र. ४.२

कोल्हापूरातील वेगवेगळ्या महिन्यातील तमान आणि रसाची मागणी (सरासरी)

रसवंतीगृह हंगाम १९८९-९० मधील महिने	कमाल तमानाची सरासरी (सेल्सीयस)	रसाच्या मागणीची सरासरी (रुपये)
सप्टेंबर	२८.५	२०००.००
आक्टोबर	३२.७	४५८५.७१
नोव्हेंबर	३१.२	४५७८.५१
डिसेंबर	२८.६	४८३१.८१
जानेवारी	३१.३	५४४०.९०
फेब्रुवारी	३२.१	६६३१.८१
मार्च	३४.०	८७७२.७२
एप्रिल	३६.६	९८८६.३६
मे	३५.१	९३८१.८१
जून	२९.३	३७०७.३३

तक्ता क्र. ४.२ मधील वेगवेगळ्या महिन्याच्या कमाल तमानाची सरासरी आणि रसाच्या मागणीची सरासरी यांचा सहसंबंध कार्ल पिअरसन् यांनी दिलेल्या सूत्रानुसार स्पष्ट करता येऊ शकतो. सहसंबंध निश्चित करण्यासाठी कार्ल पिअरसन्ने दिलेले सूत्र असे :

$$r = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}}$$

या सुत्रानुसार वरील तक्त्यातील माहितीच्या आधारे हवमान आणि रसाची मागणी यांच्या सहसंबंधाचा सहगुणक (Coefficient of correlation) खालील प्रमाणे येतो.

$$r = ०.७२$$

सहसंबंधाचा सहगुणक ०.७२ येत असल्याने असे म्हणता येते की, या दोन चलामध्ये मोठ्या प्रमाणात सहसंबंध असून तो एकाच दिशेचा आहे. यावरून देखील जेवढे उन्हाळ्याचे प्रमाण मोठे तेवढी रसास मोठी मागणी असते या गृहितकास पुष्ठी मिळते.

थोडक्यात, रसाच्या मागणीवर प्रभाव पाडणाऱ्या घटकांमध्ये हवामान हा एक प्रमुख आणि महत्वाचा घटक ठरतो.

४.२.३ रसवंतीगृहाचे ठिकाण आणि रसाची मागणी -

रसवंतीगृहाच्या स्थळाचा देखील या रसवंतीगृहातील रसाच्या मागणीवर प्रभाव पडलेला आढळतो. लोकांच्या रहदारीचा विभाग, अगर सिनेमागृहाचे सानिध्य, बसस्थानकाचे ठिकाण अशा मोठया प्रमाणात लोकांची येऱ्जा जिथे असते अशा ठिकाणी स्थापित करण्यात आलेल्या रसवंतीगृहात रसाची मागणी तुलनेने जास्त असते. या उलट लोकांची गर्दी कमी असलेल्या भागातील रसवंतीगृहाकडे ग्राहकांची संख्याच कमी असल्याने रसाची मागणीही तुलनेने कमी असते. कोल्हापूरातील रसवंतीगृहाच्या सर्वेक्षणातून असे आढळून आले आहे की, तुलनेने लोकांच्या कमी गर्दी असलेल्या विभागातील ३ रसवंती-

गृहांना निव्वळ नफा कमाविता आलेला नाही कारण त्यांच्याकडील रसाची मागणी व विक्री फारच कमी प्रमाणात होती (याचे सविस्तर विश्लेषण प्रकरण ५ मध्ये करण्यात आले आहे.) या उलट, जेवढी लोकांची गर्दी अधिक त्या विभागातील रसवंतीगृहांना स्थूल-ढोबळ नफा आणि निव्वळ नफा अधिक मिळविता आला आहे, कारण त्यांच्याकडील रसाच्या मागणीत विक्रीचे प्रमाण मोठे असल्याचे आढळते.

४.२.४ रसास पर्यायी पेये व त्यांच्या किंमती आणि रसाची मागणी -

पर्यायी वस्तूची पुरेशा प्रमाणात उपलब्धता आणि तुलनात्मकदृष्ट्या पर्यायी वस्तूंच्या खालच्या पातळीवरील किंमती असल्यास विचारातील वस्तूंची मागणी घटते आणि पर्यायी वस्तूची कमतरता आणि-किंवा पर्यायी वस्तूंच्या तुलनात्मकदृष्ट्या उच्च पातळीवरील किंमती असतील तर विश्वातील वस्तूस मोठी मागणी येऊ शकते, असे अर्थशास्त्रीय नियम स्पष्ट करतो. रसाच्या मागणीच्या संदर्भातही असे आढळून आले आहे की, हा अर्थशास्त्रीय नियम रसवंती व्यवसायाबाबतही सत्य ठरतो. रसास पर्याय म्हणून सोडा, लेमन, विविध प्रकारची आईस्क्रिम्स, गोल्डस्पॉट, थम्सअप, लिम्का, फ्रूटी, ट्री टॉप्स यासारख्या शीतगृहातून मिळणाऱ्या पेयांचा उल्लेख करता येतो. तथापि कोल्हापूरातील शितगृहातून मिळणाऱ्या या शितपेयांच्या किंमतीचा विचार करता रसवंतीगृहातून मिळणाऱ्या 'रसाची' किंमत फारच कमी असून मध्यम-वर्गीय ग्राहकांना ती परवडणारी आणि शितपेय पिण्याचा आनंद मिळवून देणारी आहे. रसास पर्यायी असलेल्या शितपेयांच्या तुलनेत 'रस' स्वस्त ठरत असल्याने 'रसास' मोठी मागणी येत आहे.

४.३ <u>रसाच्या मागणीची रचना</u> :

कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांच्या संयोजक मालकांच्या घेतलेल्या मुलाखतीतून रसाच्या मागणीच्या रचनेसंबंधी पुढील प्रमाणे माहिती मिळाली.

उन्हाळ्याच्या काळात रसास मागणी माध्यान काळात आणि सायंकाळी जास्त असते. सर्वसाधारणपणे, सायंकाळी लोक आपले दिवसभराचे काम संपल्यानंतर फिरावयास बाहेर पडतात त्यावेळी रसाची मागणी मोठी येत असल्याचे आढळते. तसेच सिनेमागृहांच्या नजिकच्या रसवंतीगृहाबाबत असे आढळते की, प्रत्येक सिनेमा खेळाच्या सुरुवातीस अशा रसवंतीगृहातून रसाची मागणी जास्त प्रमाणात होत असते. दुपारी १२ वाजल्यानंतर रसवंतीगृहांचा व्यवसाय ख-या अर्थाने सुरु होतो. सकाळी वातावरण कमी उष्ण असल्याने त्या काळात रसास मागणी येत नाही. त्यामुळेच रसवंतीगृहे सकाळी १० वाजेपर्यन्त सुरु असलेली आढळत नाहीत. सकाळी १० वाजल्यानंतर रसवंतीगृहे आपला व्यवसाय सुरु करतात आणि रात्री उशिरा पर्यन्त म्हणजेच सामान्यत: ९ ते ९-३० वाजेपर्यन्त आणि सिनेमागृहा नजिकची रसवंतीगृहे रात्री १२-३० पर्यन्त आपले कामकाज चालू ठेवीत असलेले आढळतात. थोडक्यात, रसाची मागणी दुपारनंतरच्या काळात जास्त असलेली आढळते.

अनेक वर्षांच्या या रसवंती व्यवसायातील अनुभवावरून रसवंती संयोजक-मालकांनी संशोधकाजवळ रसाच्या मागणीच्या रचनेच्या संदर्भात आणखी महत्त्वाचे मुद्दे स्पष्ट केले ते असे :

अ) रसवंतीगृहात आलेल्या ग्राहक-कुटुंबांच्या सोबत लहान मुलांची संख्या जेवढी अधिक असते तेवढी त्यांची रसाची मागणीही मोठी असते. लहान मुलांना रस हे थंड आणि गोड पेय पिण्यास आवडत असल्याने त्यांच्याकडून

एका ग्लासापेक्षा जास्त ग्लास रसाची मागणी केली जाते, आणि सोबत असलेले पालक आपल्या पाल्याची अशी मागणी पूर्ण करतात. कारण एखादा जादा ग्लास रसाच्या पिण्यामुळे पाल्याच्या प्रकृतीवर विपरीत परिणाम होत नाही हे त्यांना ठाऊक असते.

ब) अनेक रसवंतीगृह संयोजक-मालकांचा अनुभव असा आहे की, रस ग्राहकामध्ये पुरुषापेक्षा स्त्रियांचे व मुलांचे प्रमाण अधिक असते. त्यांच्या मते, एकूण ग्राहकामध्ये स्त्रियांचे व मुलांचे प्रमाण सुमारे ७० टक्के इतके असते. संयोजक मालकांच्या या मताची सत्यता पडताळण्याचा प्रयत्न संशोधकाने केला तेंव्हा संशोधकास असे आढळून आले की, श्री महालक्ष्मी मंदिराचा परीसर, महाद्वार रस्ता, ताराबाई रस्ता या परीसरात पुरुषाप्रमाणेच स्त्रियांची गर्दी अधिक असते आणि या परीसरात स्थापन झालेल्या रसवंतीगृहातून स्त्री ग्राहकांची संख्या मोठी असलेली आढळली.

क) रसवंतीगृहातील ग्राहकांमध्ये म्हणजेच रसाची मागणी करणारे मोठ्या प्रमाणात मध्यमवर्गीय लोकच अधिक आढळतात.

थोडक्यात लहानमुले, स्त्रिया आणि मध्यमवर्गीय लोकांचा रसाच्या मागणीत मोठा हिस्सा असतो.

४.४ रसाची विक्री वाढविण्यासाठी रसवंती-गृहाकडून केले जाणारे प्रयत्न -

अलिकडील स्पर्धेच्या जगात स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी आणि आपल्या स्पर्धकापेक्षा पुढे जाण्यासाठी उद्योग व्यवसायात विक्री वाढविण्याचा कसोशीने प्रयत्न केला जातो आणि त्यासाठी जाहिरातबाजीचा मोठ्या प्रमाणात अवलंब केल्याचे आढळते. वर्तमानपत्रे, मासिके, आकाशवाणी, दूरदर्शन, यासारख्या

माध्यमांचा वापर करून आपल्या वस्तूंची मागणी वाढविण्याचा प्रयत्न केलेला आढळतो. कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांच्या सर्वेक्षणातून त्यांनी रसाची विक्री वाढविण्याचा अशा जाहिरातबाजीचा अवलंब केलेला आढळला नाही.

सर्वेक्षणातून असे निष्पन्न झाले आहे की, कोल्हापूरातील रसवंती-गृहे आपल्या व्यवसाय वाढीच्यादृष्टीने सर्वमान्य अशा जाहिरातबाजीच्या कोणत्याही माध्यमाचा अवलंब करीत नाहीत. शिवाय आपल्या रसवंतीगृहाचे स्वरूप आकर्षक बनवून ग्राहकांना आकर्षित करण्याचाही प्रयत्न त्यांच्याकडून केलेला आढळत नाही. तसेच आकर्षक विद्युत रोषणाई करून ग्राहकांना आकर्षित केले जात नाही. थोडक्यात, ग्राहकांना रसवंतीगृहाकडे आकृष्ट करण्याच्या कोणत्याच मार्गाचा अवलंब रसवंतीगृहांकडून केलेला दिसून येत नाही, तरीसुध्दा रसवंतीगृहे आपला व्यवसाय समाधानकारकरित्या करीत असलेली आढळतात.

रसवंतीगृहातील रसवंती यंत्रास बसविलेले धुंगरू रसवंती यंत्राच्या फिरण्या बरोबर सततपणे आवाज करीत राहतात. अशा धुंगराचा आवाज स्वढेच काय ते रसवंतीगृहाच्या अस्तित्वाचे निदर्शक असते. अनेक रसवंतीगृह संयोजक-मालकांनी या धुंगराबाबत असे स्पष्ट केले की, रसवंतीगृह केवळ उघडे असेल आणि रसवंती यंत्र चालू केले नसल्याने धुंगरांचा आवाज येत नसेल तर रस्त्यावरून लोक रसवंतीगृह बंद आहे काय अशी विचारणा करतात. त्यामुळे रसवंतीगृहाच्या अस्तित्वाची जाणीव आणि ते सुरू असल्याचे निदर्शक म्हणून ब-याचवेळा ऊसाचे गाळप न करता केवळ धुंगरांच्या आवाजासाठी रसवंती यंत्र सुरू ठेवले जाते. रसाची विक्री वाढविण्यासाठी केलेला हा एकमेव प्रयत्न असे म्हणता येते.

रसवंतीगृह व्यवसायास इतर शितगृहांशी आणि नजिकच्या रसवंतीगृहांशी स्पर्धा करावी लागते, अलिकडील काळात मेवाड आईस्क्रिमच्या

फिरत्या गाड्याही रसवंतीगृहांशी स्पर्धा करू लागलेल्या आढळतात. अशा स्पर्धेच्या स्थितीत रसवंतीगृहे जाहिरातबाजीच्या कोणत्याही मार्गाचा अवलंब न करता टिकून कशी आहेत असा प्रश्न उद्भवतो. त्या संदर्भात सर्वेक्षणातून असे स्पष्ट झाले आहे की, रसाची उच्च प्रत, ग्राहकांच्या मागणीनुसार ताजा रस काढून बर्फासह आर बर्फविरहित असा पुरविणे, आणि ग्राहकांशी सौजन्याने वागणे या त्रिगुणावर हा व्यवसाय आधारलेला असून स्पर्धेतही टिकून आहे, किंबहुना इतरांच्या तुलनेत हा बलवान असा स्पर्धक आहे असे आढळते.

रसवंतीगृहांनी जाहिरातबाजी आणि विक्री वाढविण्याच्या इतर मार्गांचा अवलंब केलेला नसल्याने कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांना विक्री-खर्च (Selling cost) शून्य असलेला आढळतो.

४.५ कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांचे उत्पन्न :

सर्वेक्षणातून असे आढळून आले की, रसवंतीगृहांना उत्पन्न मिळविण्याचे तीन मार्ग उपलब्ध आहेत :

अ) ऊसाची विक्री

ब) चिपाड आर चोयटा विक्री

क) रसाची विक्री.

४.५.१ ऊसाची विक्री आणि रसवंतीगृहाचे उत्पन्न -

रसवंतीगृहांनी जो ऊस खरेदी करून आणलेला असतो आर संयोजक मालकाने स्वत:च्या शेतातून आणलेला असतो अशा ऊसाची विक्री करून रसवंतीगृहांना उत्पन्न मिळविता येणे शक्य असते. रसाच्या विक्रीच्या जोडीने ऊसाची विक्री करूनही उत्पन्न मिळविता येऊ शकते. तथापि सर्वेक्षणातून असे स्पष्ट झाले की, कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी या मार्गाचा अवलंब केलेला नाही.

कोल्हापूरातील रसवंतीगृहे प्रत्यक्षरित्या ऊस विक्री करीत असलेली आढळत नाहीत. ऊसाची विक्री न करण्याच्या कारणांची चौकशी करता असे आढळले की, एका ऊसाची जी किंमत आकारण्यात येईल त्यापेक्षा कितीतरी जास्त उत्पन्न ऊसावर प्रक्रिया करून रस उत्पादित करून विक्री केल्याने मिळू शकते. त्यामुळे ऊसाची विक्री करणे त्यांना परवडणारे नसते म्हणून रसवंतीगृहांकडून ऊसाची विक्री केल्याचे आढळत नाही. शिवाय ऊसाची विक्री करण्याचा त्यांचा प्रधान हेतूही नसतो, तर त्यांचा प्रधान हेतू ऊसापासून रस उत्पादित करून तो विकून उत्पन्न मिळविण्याचा असतो. थोडक्यात, ऊसाची विक्री करून उत्पन्न मिळविण्याच्या मार्गाची उपलब्धता असताना देखील, तो मार्ग फायदेशीर ठरत नसल्याने कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी हा मार्ग अवलंबलेला आढळत नाही.

४.५.२ चिपाडाची विक्री आणि रसवंतीगृहांचे उत्पन्न --

ऊसापासून ` रस ` उत्पादित करण्याची प्रक्रिया पूर्ण झाल्यानंतर ऊसाचे चिपाड हा टाकाऊ माल तयार होतो. असा हा टाकाऊ माल अगर चिपाड पूर्णत: सुकल्यानंतर चुलीसाठी अगर बंबासाठी सरपण (इंधन) म्हणून उपयोगी पडू शकतो. त्यामुळे अशा चिपाडाची विक्री करून उत्पन्न मिळविण्याचा एक मार्ग रसवंतीगृहासाठी खुला असतो. तथापि कोल्हापूरातील रसवंतीगृहे उत्पन्नाच्या प्रस्तुत मार्गाचाही अवलंब करीत असल्याचे आढळत नाही. याची कारणे अशी की, चिपाड पूर्णत: सुकविण्यासाठी तो उन्हात पसरून ठेवावी लागतात व तेवढी जागा रसवंतीगृहांना उपलब्ध नसते. तसेच चिपाडे रसवंतीगृहाबाहेर मोठया प्रमाणात साठवून ठेवण्यास त्याची मळीसारखी दुर्गन्धी येते आणि अशी दुर्गन्धी रसवंती व्यवसायास मारक ठरू शकते. त्यामुळे दिवसभराची निघालेली चिपाडे महापालिकेच्या कचरा कोंढाळ्यात नेऊन टाकणेच संयोजक मालक अधिक पसंत करतात.

थोडक्यात, रसाची विक्री आणि चिपाडांची विक्री हे दोन मार्ग रसवंतीगृहांना उत्पन्न मिळविण्यासाठी हाताळता येण्यासारखे असले तरी त्यांचा अवलंब कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी केलेला आढळत नाही. उत्पन्न मिळविण्याच्या तिसऱ्या मार्गावर रसवंतीगृहे पूर्णत: विसंबून असतात असे आढळते.

४.५.३ `रसाची` विक्री आणि रसवंतीगृहाचे उत्पन्न -

रसाचे उत्पादन करून त्याच्या विक्रीतून उत्पन्न मिळविणे हा रसवंतीगृहांचा प्रमुख मार्ग असतो. कोल्हापूरातील रसवंतीगृहे याच मार्गावर पूर्णत: विसंबून असलेली आढळतात. किंबहुना तोच एकमेव मार्ग म्हणून आपले संपूर्ण लक्ष त्यावर केंद्रित करतात. रसाची विक्री वाढविण्यासाठी रसाची प्रत चांगली ठेवणे त्यासाठी पुरेशा प्रमाणात लिंबू, आले व बर्फ यांचा वापर करणे, ग्राहकाच्या आवडीनुसार रस उत्पादित करून देणे, ग्राहकांशी सौजन्याने वागणे, यासारख्या मार्गांचा अवलंब करताना आढळतात. कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी रसाच्या विक्रीतून १९८९-९० च्या हंगामात जे उत्पन्न मिळविले त्याची माहिती पुढील तक्त्यातून मिळू शकते.

तक्ता क्र.४.३

कोल्हापरातील रसवंतीगृहांचे १९८९-९० च्या रसवंती हंगामातील एकूण उत्पन्न

रसवंती गृह क्रमांक	सप्टेंबर	आक्टोबर	नोव्हेंबर	डिसेंबर	जानेवारी	फेब्रुवारी	मार्च	एप्रिल	मे	जून	एकूण
१.	२.	३.	४.	५.	६.	७.	८.	९.	१०.	११.	१२.
१.	-	४५००	४३००	४०००	४५००	८०००	८५००	६०००	१००००	-	५२८००
२.	-	५०००	४५००	४३००	५०००	६०००	६०००	१००००	१००००	२०००	५५८००
३.	-	-	-	१७००	२०००	२०००	३०००	३५००	३५००	१५००	१७२००
४.	-	-	-	३०००	३०००	४०००	४५००	५०००	५०००	२०००	२६५००
५.	२०००	२५००	३०००	३०००	५०००	५५००	९६००	१००००	९०००	-	४५६००
६.	-	-	-	१९०००	२१०००	२२५००	२८०००	३००००	२९०००	१००००	१५९५००
७.	-	-	-	५५००	५८००	६०००	११०००	११०००	११५००	-	५०८००
८.	-	-	-	३०००	३०००	४५००	५०००	५२००	५०००	-	२५७००
९.	-	४०००	४५००	४५००	५०००	६०००	६७००	७३००	७०००	२५००	४७५००
१०.	-	-	-	४५००	४५००	५५००	६०००	७०००	६७००	-	३४२००
११.	-	४०००	४०००	४५००	५२००	५७००	८०००	१००००	९०००	-	५०४००
१२.	-	३०००	३३००	३५००	४०००	६५००	९०००	१००००	८०००	-	४७३००

KHARDEKAR LIBRARY

तक्ता क्र.४.३ (पुढे चालू...)

१.	२.	३.	४.	५.	६.	७.	८.	९.	१०.	११.	१२.
१३.	-	५०००	५०००	४५००	५२००	६५००	१००००	१००००	१००००	३०००	५९२००
१४.	-	४५००	४५००	४०००	५०००	९०००	१००००	११०००	१००००	३५००	६१५००
१५.	-	४२००	५०००	४०००	५०००	७५००	९०००	१००००	९०००	४०००	५७७००
१६.	-	५५००	५०००	४५००	५०००	५७००	१००००	११०००	१००००	४५००	६१२००
१७.	-	५५००	५२००	४८००	५०००	५५००	१००००	१३५००	१३०००	४५००	६७०००
१८.	-	-	-	५०००	५५००	५५००	६०००	७०००	६५००	३०००	३८५००
१९.	-	६०००	५८००	५५००	६०००	६५००	९०००	११०००	१०५००	-	६०३००
२०.	-	-	-	४०००	४५००	६०००	६७००	९०००	८५००	-	३८७००
२१.	-	६५००	६२००	६०००	६५००	७०००	८०००	१००००	९०००	४०००	६३२००
२२.	-	४०००	३८००	३५००	४०००	४५००	६०००	७०००	६२००	-	३९०००
एकूण :	२०००	६४२००	६४१००	१०६३००	१११७००	१४५९००	११३०००	३१७५००	२०६४००	४४५००	११६३६००
सरासरी उत्पन्न	२०००	४५८५.७१	४५७८.५७	४८३१.८१	५४४०.	६६३१.८१	७७७२.७२	९८८६.३६	९३८१.८१	३७०८.३३	५२८९०.९१

तक्ता क्र. ४.३ वरून कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांच्या उत्पन्नाच्या संदर्भात पुढील प्रमाणे निष्कर्ष काढता येतात :

१) सप्टेंबर १९८९ मध्ये केवळ एका रसवंतीगृहाने आपला व्यवसाय सुरू केला होता. तर आक्टोबर, नोव्हेंबर, १९८९ मध्ये १४ रसवंतीगृहे व्यवसाय करीत होते. त्यामुळे सप्टेंबरपेक्षा आक्टोबर, नोव्हेंबरमध्ये रसवंतीगृहांचे एकूण उत्पन्न वाढलेले आढळते. डिसेंबर १९८९ ते मे १९९० अखेर २२ रसवंतीगृहे कामकाज करीत होती. म्हणून या काळात रसवंतीगृहांचे एकूण उत्पन्नात मोठी वाढ झालेली आढळते. जून १९९० मध्ये १० रसवंतीगृहांनी पावसाळा सुरू झाल्याने आपला व्यवसाय बंद केला होता आणि १० ते १५ जून पर्यन्त उरलेली १२ रसवंतीगृहे चालू होती. त्यामुळे जूनमध्ये सदरच्या व्यवसायाचे उत्पन्न घटलेले आढळते.

२) तक्त्यावरून असे स्पष्ट होते की, रसवंतीगृहांचा हंगाम सप्टेंबर ते जूनच्या मध्यापर्यन्तचा असला तरी डिसेंबर ते मे अखेर पर्यन्तचा काल हाच या व्यवसायाचा उर्जितावस्थेचा काल असतो. याच काळात रसाच्या विक्रीत मोठी वाढ होऊन रसवंतीगृहांचे उत्पन्नही वाढलेले आढळते.

३) सप्टेंबर ते डिसेंबर अखेर काही रसवंतीगृहांनी आपला व्यवसाय सुरू केला असला तरी या कालात रसाची विक्री व रसवंतीगृहांचे उत्पन्न फारच कमी असल्याचे आढळते. जानेवारी आणि नंतरच्या काळात रसाची विक्री व रसवंतीगृहांच्या उत्पन्नातही वाढ झालेली आढळते. एप्रिल आणि मे मध्ये प्रस्तुत व्यवसायाचा अत्युच्च बिंदूचा काल असून या कालात रसवंतीगृहांचे उत्पन्न मोठया प्रमाणात वाढलेले दिसून येते.

४) रसवंतीगृह हंगाम १९८९-९० च्या काळात कोल्हापूरातील रसवंतीगृहांनी मिळविलेले एकूण उत्पन्न ११,६३,६०० रूपये होते आणि प्रत्येक रसवंतीगृहाने सरासरीने ५२,८९०.९१ रूपये उत्पन्न मिळविलेले दिसून येते.

४.६ रसवंतीगृहांच्या उत्पन्नाचे प्रमाण :

प्रकरण तीनमध्ये नमूद केल्याप्रमाणे एका ऊसापासून तीन ग्लास रस उत्पादित होतो असे मान्य केल्यास तेच सूत्र पकडून वेगवेगळ्या उत्पादन प्रमाणानुसार १९८९-९० मधील रसाचे दर विचारात घेता रसवंतीगृहांना मिळू शकणाऱ्या उत्पन्नाचे प्रमाण आपणास निश्चित करता येऊ शकेल. जसे की, एक टन ऊसाचे गाळप एका महिन्यात केल्यास रसवंतीगृहाचे त्या महिन्यातील उत्पादन २९४० ग्लास रसाचे होईल आणि पूर्ण ग्लास रसाचा दर १२५ पैसे असल्याने त्या महिन्यातील रसवंतीगृहाचे उत्पन्न ३६७५ रुपये असेल. वेगवेगळ्या मासिक उत्पादनानुसार रसवंतीगृहांच्या उत्पन्नात कस कसे बदल होत जातील याचे वर्णन पुढील तक्त्यात करण्यात आले आहे.

तक्ता क्र. ४.४

रसवंतीगृहांच्या वेगवेगळ्या उत्पादनानुसार मासिक उत्पन्नाचे प्रमाण

ऊसाचे मासिक गाळप	रसाचे उत्पादन (ग्लासमध्ये)	दर (पैशात)	रसवंतीगृहाचे मासिक उत्पन्न (रुपयात)	सरासरी उत्पन्न (दर टनास)
१ टन ऊस	२९४०	१२५	३६७५.००	३६७५.००
१.५ टन ऊस	४४१०	१२५	५५१२.५०	३६७५.००
२ टन ऊस	५८८०	१२५	७३५०.००	३६७५.००
३ टन ऊस	८८२०	१२५	११०२५.००	३६७५.००
४ टन ऊस	११७६०	१२५	१४७००.००	३६७५.००

तक्ता क्र. ४.४ मध्ये दिलेली आकडेवारी असे दर्शविते की, ऊसाचे मासिक गाळप जसजसे वाढत जाईल तसतसे रसवंतीगृहाचे मासिक उत्पन्न वाढते. मात्र दर टनामागे सरासरी मासिक उत्पन्न स्थिरच राहते.