

प्रकरण पहिले

(१) ग्राहक सहकारी चळवळीचा आढावा ---

- (१) भारतातील ग्राहक सहकारी चळवळ
- (२) महाराष्ट्रातील ग्राहक सहकारी चळवळ
- (३) कोल्हापूर जिल्हातील ग्राहक सहकारी चळवळ.

(१) १) भारतातील ग्राहक सहाकारी चळवळीची पार्श्वभूमी ---

ग्राहक हा अर्थ व्यवस्थेचा केन्द्रभूत घटक आहे. मांडवळशाही अर्थ रचनेत इंग्लंडमध्ये रॉश्टेल या लेख्यात २८ विणक-यांनी एकत्रित येवून जगातील पहिली ग्राहक सहाकारी संस्था १८४४ साली सुरु केली. ग्राहकांनी वाजवी किंमतीला योग्य, आवश्यक वस्तू व सेवा प्राप्त करण्यासाठी स्पर्धेने स्थापन केलेली संस्था म्हणजेच सहाकारी ग्राहक संस्था होय.

भारतामध्ये ग्राहक सहाकारी संस्था एकाव्यवी या स्वरूपाची असावी असे मत मांडले. मूर्त स्वरूपात भारतातील १९०४ च्या सहाकारी कायद्यात कोणताही उल्लेख आढळत नाही. १९१२ च्या सहाकारी कायद्याने ग्राहक सहाकारी संस्थेने कायद्याचा दर्जा प्राप्त झाला. अर्थात १९०४ साली मद्रासमध्ये जे पहिले ग्राहक मांडार सुरु झाले त्यास अपेक्षित यश लाभले नाही. मात्र पहिल्या महायुद्धाच्या काळात महागाई आणि कृत्रिम टंचाई यावरील उपाय या स्वरूपात ग्राहक सहाकारी मांडारे स्थापन करण्यात आली. विशेषतः १९२८ साली या संस्थांची संख्या ३२३ इतकी होती. तथापि दुस-या महायुद्धानंतर या संस्थांच्या वाढीस अनुकूल परिस्थिती लाभली. कारण या काळात नियंत्रित उपभोग्य वस्तूंचे वाटप करण्यासाठी सरकारचा हस्तक या नात्याने या मांडाराला स्वरूप प्राप्त झाले.

नियोजन काळातील ग्राहक सहाकारी संस्था --

पहिल्या व दुस-या योजनेमध्ये या मांडाराकडे फारसे लक्ष दिले गेले नाही. मात्र तिस-या योजनेत दुर्बल मांडारांची पुनर्रचना केली. तसेच अस्तित्वात असणा-या ग्राहक सहाकारी संस्था अधिक कार्यक्षम बनवण्यासाठी राज्य सहाकारी ग्राहक संघ स्थापन केला. १९५२ साली चिन्व्या आक्रमणामुळे जीवनावश्यक वस्तूंच्या टंचाई निर्माण झाली.

त्यावरील उपाय या स्वरूपात ग्राहक सहाकारी संस्थांना केन्द्रपुरस्कृत योजनेचे स्वरूप प्राप्त झाले.

या केन्द्रपुरस्कृत योजनेमुळे देशातील ग्राहक सहाकारी संस्थांची एकूण पाच टप्प्यात रचनात्मक व संघटनात्मक प्रगती होत आहे. सदर टप्पे पुढीलप्रमाणे :--

- (१) प्राथमिक ग्राहक मंडारे,
- (२) घाऊक मंडारे,
- (३) विभागीय मंडारे,
- (४) राज्य ग्राहक सहाकारी संघ,
- (५) राष्ट्रीय ग्राहक सहाकारी संघ.

अशाप्रकारे ग्राहक सहाकारी संस्थांची एकूण पाच टप्प्यात प्रगती होत असलेली दिसून येते. यावरून असे म्हणता येईल की, भारतात सहाकारी ग्राहक मंडारांची सुरुवात युध्दकाळात जरी झाली असली तरी स-या अर्थाने अलिकडच्या काळातच विकास झाला असे दिसून येते. १९१४ मध्ये सहाकारी ग्राहक मंडारांची संख्या ११ एवढी होती. १९२१ मध्ये या संख्येत वाढ होऊन ती १०३ पर्यंत पोहोचली. दुस-या महायुध्दानंतर मात्र सहाकारी ग्राहक मंडारांची प्रगती वेग घेत असल्याचे दिसून येते. नियोजनाला सुरुवात झाल्यावर भारत सरकारने सहाकारी ग्राहक मंडाराला नियोजनाचा एक भाग बनविले व त्याचा विकास करण्याचा प्रयत्न चालू केला. मंडाराला आर्थिक मदत दिली व ग्राहक मंडारे स्थापन करण्यास प्रोत्साहन दिले. पहिल्या व दुस-या योजनेत सहाकारी ग्राहक मंडारांचा विकास करण्यात यावा असा उल्लेख होता. परंतु त्यासंबंधीची उद्दिष्टे ठरविण्यात आलेली नव्हती.

/तिस-या योजना काळात ४०० प्राथमिक व १०० घाऊक सहाकारी ग्राहक मंडारे स्थापन करण्यासाठी २ कोट रुपये खर्च करण्याची तरतुद करण्यात आली. तिस-या योजनेच्या शेवटी मध्यवर्ती सहाकार पुरस्कृत योजनेच्या अंतर्गत देशात २४६ घाऊक मंडारे व ७६४९ किरकोळ ग्राहक मंडारे त्यांच्या विविध शाखासहित सुरु झालेली होती.

तसेच २९ जुलै १९६६ ला भारतात दिल्ली येथे सर्वोत्तम मोठे डिपार्टमेंटल सुपर स्टोअर्स सुरु झाले, पुढे १९६८-६९ मध्ये ग्राहक सहकारी संस्थांची देशव्यापी संस्था अंतर्गत चौकट उभारली गेली. १९७० पर्यंत देशात ३७५ केंद्रीय घाऊक सहकारी ग्राहक संस्था १४ राज्य संघ व केंद्र पुरस्कृत योजनेच्या अंतर्गत एक राष्ट्रीय सहकारी संस्था संघ स्थापन करण्यात आला. घाऊक मंडाराच्या २००० शाखा असून ७१३२ प्राथमिक ग्राहक मंडारे व १०,१३३ इतर सहकारी संस्था त्यांना संलग्न झालेल्या होत्या. १९६९-७० मध्ये २१ नवीन बहु विभागी मंडारे (सुपर बझार) स्थापन झाले असून त्यांची संख्या १०१ पर्यंत झाली आहे.

वर उल्लेखिलेल्या ग्राहक सहकारी संस्थांच्या व्यतिरिक्त सरकारने पुढाकार घेऊन १९६२ पासून पुढील प्रकारच्या विविध ग्राहक संघटना सुरु केल्या. त्यातील काही महत्त्वाच्या संस्थांचा उल्लेख पुढीलप्रमाणे करता येईल :--

- (अ) औद्योगिक कामगारांची सहकारी संस्था
- (ब) ग्रामीण भागातील लोकांसाठी ग्राहक सहकारी संस्था
- (क) विद्यापीठ व महाविद्यालयीन विद्यार्थ्यांसाठी सहकारी ग्राहक मंडारे.
- (अ) औद्योगिक कामगारांची सहकारी संस्था --

१९६२ मध्ये मध्यवर्ती सरकारच्या मजूर व रोजगार मंत्रालयाने कामगारांचा फायदा व्हावा यासाठी सहकारी तत्वावर ग्राहक मंडारे सुरु करण्याची योजना तयार केली. या योजनेनुसार ज्या औद्योगिक संस्थेत ३०० किंवा त्यापेक्षा जास्त कामगार काम करीत असतील तेथे अशा प्रकारची ग्राहक मंडारे स्थापन करता येऊ शकतील अशा प्रकारची मंडारे सुरु करताना त्या संस्थेच्या मालकांनी योग्य ते आर्थिक सहाय्य द्यावे अशी तरतुद योजनेत करण्यात आली आहे. १९६९ पर्यंत औद्योगिक सहकारी ग्राहक मंडारांची संख्या २७६० एवढी होती. संस्थेचे एकूण मंडाक १३०.३७ लाख रुपये तर ४६.९२ कोटी रुपयांची उलाढाल झाली होती अशा प्रकारची ग्राहक

मांडारे घाऊक किंवा ठोक मांडारांशी संलग्न असल्याचे दिखून येते.

(ब) ग्रामीण मागातील लोकांसाठी ग्राहक सहाकारी संस्था ---

ग्रामीण मागात रहाणा-या लोकांना रास्त दराने काही वस्तू उपलब्ध करून देण्यासाठी या संस्था स्थापन करण्यात आल्या आहेत. ग्रामीण मागातील काही प्राथमिक पतपुरवठा करणा-या संस्था किंवा सेवा सहाकारी संस्था ग्राहक संस्थांची कार्ये पार पाडतात. ज्या वस्तूंच्या किंमतीवर किंवा वाटपावर सरकारकडून नियंत्रणे लादली जातात उदाहरणार्थ --- रॉकेल, साखर, रवा - मैदा इत्यादी उपलब्ध करून देण्याचा प्रयत्न या संस्था करित असतात. १९६७-६८ अखेर ४०,००० ग्रामीण सहाकारी संस्था अस्तित्वात असल्याचे दिखून येते.

(क) विद्यापीठ व महाविद्यालयीन विद्यार्थ्यांसाठी सहाकारी ग्राहक मांडारे ---

विद्यापीठ व संलग्न महाविद्यालये येथे सहाकारी तत्वावर ग्राहक मांडारे स्थापन करण्याचा निर्णय सरकारने घेतला आहे. या मांडारामार्फत विद्यार्थ्यांना लागणारी पुस्तके, क्ला, शास्त्रीय उपकरणे इ. उपलब्ध करून दिली जाणार आहेत अशा मांडारांना सरकार तर्फे परपूर असे आर्थिक सहाय्य दिले जाणार आहे. १९६८-६९ पर्यंत देशात ३० विद्यापीठ मांडारे नोंदविण्यात आली होती. परंतु अद्यापही अशाप्रकारच्या मांडारांना विद्यापीठातून व संलग्न महाविद्यालयातून फारसा प्रतिसाद मिळू शकला नाही.

संदर्भ --- गो.स.कामत - सहाकार तत्वे व व्यवहार - पृ.कृ.१७६.

मॉन्टफर्ड सुधारणा १९१९ ---

पृ. ११७१, ५५५, १२१७, २०१, २८७६

पहिल्या महायुद्धानंतर भारत सरकारने सहाकाराचा नवीन कायदा

(Reforms Act 1919) मध्ये करण्यात आला. या काळात एकतर राज्य

सरकारांनी सहकार चळवळीकडे विशेष लक्ष दिले. दुसरे म्हणजे युद्धानंतरची परिस्थिती असल्याने विविध वस्तूंची टंचाई व किंमत वाढ होत होती. त्यामुळे सहकार चळवळीसि गती मिळाली यामुळे ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या वाढली ही पाहाणी सरकारने नेमलेल्या मॅकलन कमिटीव्दारे करण्यात आली होती.

तक्ता क्रमांक १.१ : मध्ये वाढलेल्या ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या दर्शाविली आहे.--

तक्ता क्रमांक १.१

भारतातील राज्यानुसार ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या

| राज्य | वर्ष | | |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | १९१२ | १९१५ | १९१८ |
| आसाम | १ | उपलब्ध नाही | उपलब्ध नाही |
| बंगाल | २ | „ | ८ |
| बिहार आणि ओरिसा | ३ | ३ | ६ |
| मुंबई | ३ | १२ | १८ |
| मध्य प्रदेश | उपलब्ध नाही | उपलब्ध नाही | उपलब्ध नाही |
| मद्रास | ९ | ११ | ३८ |
| पंजाब | उपलब्ध नाही | उपलब्ध नाही | उपलब्ध नाही |
| युनायटेड प्रोव्हिन्सेस | ५ | ७ | ८ |

संदर्भ : Goyal S.K. Consumers Co-operative Movement in India
Meenakshi Prakashan, Meerut, p.55.

मॉन्टफेर्डच्या १९१९ मधील सुधारणेमुळे सहकारी ग्राहक चळवळीमध्ये ग्राहक मंडारांची संख्या व समासद संख्या यामध्ये वरील तक्ता क्र.नं.१.१ मध्ये १९१२ ते १९१८ मध्ये ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या वाढलेली दिसून येते.

तक्ता क्रमांक १.२ मध्ये १९२१ ते १९२९ पर्यंत ग्राहक सहकारी संस्थांची व समासद संख्या दर्शविली आहे.

तक्ता क्रमांक १.२

(भारतातील राज्यांनुसार)

सहकारी ग्राहक संस्थांची समासद संख्या

| राज्य | १९२१ | | १९२४ | | १९२७ | | १९२९ | |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | संस्था | समासद | संस्था | समासद | संस्था | समासद | संस्था | समासद |
| आसाम | २५ | ३२६३ | १६ | २१२५ | १८ | २२८३ | २० | २४७५ |
| बंगाल | ९० | १२७६९ | ६९ | १२४१६ | ५५ | ४९६ | ६९ | १०५३२ |
| बिहार- ओरिसा | २३ | ३०६६ | २३ | ४३९९ | १७ | ३०३२ | १८ | २८३६ |
| गुजरात | ८८ | उ.नाही | ६२ | ४७२५ | ४२ | ५२११ | ३५ | ५५०४ |
| मध्यप्रदेश | ३० | ३३५७ | ९ | १४३१ | १० | १८१४ | ११ | १८४८ |
| मद्रास | १०३ | उ.नाही | ८५ | उ.नाही | १४३ | उ.नाही | १९५ | उ.नाही |
| पंजाब | १०६ | ७६९८ | ४९ | ४९३३ | २३ | ३१५३ | २१ | ३६७२ |
| उत्तरप्रदेश | २१ | १४४० | १३ | १२२० | १४ | ११३१ | १० | १२१६ |
| समूह | ५८६ | ३१५९३ | ३२६ | ३१२४९ | ३२२ | २६१२० | ३७९ | २८०७८ |

संदर्भ :- Goyal S.K. - Consumers Co-operative Movement in India,
Meenakshi Prakashan, Meerut, p.55.

१९२१ ते १९२९ मधील कालावधीमध्ये ग्राहक सहकारी चळवळीचे प्रमुख वैशिष्ट्ये म्हणजे १९१८ मध्ये ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या ७८ होती. त्यानंतर मात्र वाढलेली दिसते. १९२१ मध्ये ४८६ ग्राहक सहकारी संस्था होत्या. परंतु त्यानंतर मात्र हळूहळू ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या कमी कमी होत गेलेली दिसून येते. म्हणजे १९२७ मध्ये ३२२ इतक्या कमी ग्राहक सहकारी संस्था होत्या आणि १९२९ मध्ये ग्राहक सहकारी संस्थांची ३८९ इतक्या वाढलेल्या संस्था होत्या. बहुतेक ग्राहक सहकारी संस्था वाढण्याचे कारण म्हणजे युद्धपरिस्थिती आणि माववाढ यामुळे अन्नधान्यांच्या किंमती वाढल्या व या काळात जीवनावश्यक वस्तूंच्या वाढत्या किंमतीला आळा घालण्यासाठी ग्राहक सहकारी संस्थांचा विकास वेगाने झाल्याचा आढळतो. तसेच ग्राहक सहकारी संस्थांची समासद संख्या कमी असल्याने या परिस्थितीत किंमती साधारण खाली उतरल्या आणि ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या ही कमी झाली.

दुसरे वैशिष्ट्ये म्हणजे हा कालावधीमध्ये स्टोअर्समधील असणारे समासद स्टोअर्ससंबंधी एकनिष्ठ नव्हते त्यामुळे त्यांनी विक्री मध्ये केलेली उलाढाल अगदी कमी होती. समासद व्यतिरिक्त लोक जास्त खरेदी करू शकत नव्हते. त्यामुळे समासद संख्या कमी असल्याने ग्राहक सहकारी चळवळ वाढवण्यासाठी मदत करू शकले नाहीत.

दरम्यान काही राज्य सरकारंनी ग्राहक सहकारी चळवळ वाढवण्यासाठी या काळात मदत केलेली दिसून येते. मुंबईमध्ये सरकारने खास सहाय्यक रजिस्टारची नेमणूक केली व त्या व्दारे योग्य सल्ला व मार्गदर्शन व्यक्तीगत अशी नवीन ग्राहक सहकारी संस्थांची संघटना करण्यात आली. पंजाब सरकारनेही वाढत्या किंमती तपासण्यासाठी व योग्य मालाचा पुरवठा करण्यासंबंधी २ तपासणीस आणि आठ सहाय्यक तपासणीस नेमले. मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे जादा वाढलेल्या किंमतीची चौकशी करणे आणि पुरवठा करणा-या संस्थावर नियंत्रण ठेवणे.

अशा प्रकारे या काळातील सर्वे चळवळ प्रमुख मध्यम वर्ग आणि शहरी

लोकसंख्या यांनी विशिष्ट दृष्टी ठेवून युद्धाच्या वेळी घडवून आणलेली कृत्रिम चळवळ होती. सभासदांच्यामध्ये भिन्नता होती. म्हणूनच १९२१ मध्ये युद्धाच्यावेळी वस्तुंच्या दुर्मिळतेमुळे वस्तुंच्या किंमती वाढल्या त्यामुळे व्यापा-यांनी फार मोठ्या - प्रमाणात नफा मिळवला. परंतु व्यापार त्या परिस्थितीत साधारण कमी झालेला होता.

या काळामध्ये ग्राहक चळवळ वाढण्याऐवजी खुटली याचे प्रमुख कारण म्हणजे उद्योगधंद्याचा अभाव होता. पात्रता, अनुभव योग्य असा नसल्याने स्टोअर्स नीट चालवता आले नाही. शिवाय लोकांचे कर्ज वाढलेले असल्याने त्याचा परिणाम म्हणून उधारी उसनवार वस्तुंची विक्री करावी लागली. तसेच कामाचा वाढता खर्च सभासदांच्या हक्केनुसार मालाचे साठे उपलब्ध नव्हते. उपलब्ध मालाचे साठे मर्यादित होते. शिवाय वस्तुंची भिन्नता कमी असल्याने मागणी कमी प्रमाणात होती. सभासदांच्यामध्ये निष्ठेचा अभाव होता. वस्तुसाठ्यामध्ये असणारी उणीव, प्रभावी सेवक वर्ग, अधिकारी वर्ग, चुकीची हिशोबी पध्दत, व्यवस्थापनाचा अभाव तसेच कार्यदाम व खात्रीचा स्टॉफ नसल्याने या अनेक कमतरतेमुळे ग्राहक मांडारांची संख्या कमी झालेली दिसते हे दोष दूर करण्यासाठी काळजीपूर्वक प्रयत्न करण्यात आलेले नव्हते.

यावरून असे म्हणाता येईल की, भारतातील अटी किंवा परिस्थितीमध्ये पाश्चात्य देशा पेक्षा वेगळेपणा आहे म्हणून रॉशेलेच्या तत्वांनुसार त्या पध्दतीचा वापर केल्याने आपल्या ग्राहक सहकारी संस्थेमध्ये सुधारणा होईल. उदा. त्यांच्या प्रमाणे उधारीने माल किंवा नंतर (क्रेडिट) ग्राहकांची माल खरेदी करण्याची हक्का वाढेल व सहकारी ग्राहक मांडाराची आकर्षता वाढेल.

मंदी नंतर परिस्थिती --

युद्धाच्या कालावधीमध्ये युद्धासाठी लागणारे उत्पादन मोठ्या प्रमाणात तयार केले परंतु युद्धानंतर आवश्यक गरजेच्या उत्पादनाकडे लक्ष देण्यात आले.

भारतातील बाजारपेठाना व पूर्वेकडील देशाना वस्तूंच्या तुटवड्यामुळे तोंड धावे लागले, त्यामुळे युरोपीन राष्ट्रांनी आपल्या वस्तूंची बाजारपेठ काबीज केली होती. अशियन राष्ट्रांची स्वतःच्या उद्योगधंद्या विकासा करण्याची संधी त्यांना हिराबून होती. जपानने या संधीचा चांगला फायदा करून घेतला होता.

दुस-या शब्दात म्हणाव्याचे झाले तर या कालावधीत युध्दानंतर माववाढीची परिस्थिती राष्ट्रांनी स्वीकारलेली होती. शिवाय अती उत्पादन पद्धत राहिले होते. उद्योगधंद्याचे सर्व घटकांची बाजारात अगदी रेलचेल झाली होती आणि जगात मंदीची लाट पसरली होती. वस्तूंच्या किंमती खाली उतरल्या होत्या. त्याचा परिणाम म्हणून वस्तूंची खरेदी, विक्री व्यवहार थांबले. हा काळ जागतिक आर्थिक मंदीचा होता. सर्व आर्थिक घटकावर परिणाम झाला. ग्राहकांना वस्तू खरेदीचे आकर्षण होण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात प्रेरणा दिल्याचे दिसून येते. व्यापार सक्कत, वस्तू खरेदी करण्यामध्ये मोठ्या प्रमाणात सक्कत दिली जाते. तसेच अनेक उद्योगधंद्यांना सक्कतीचे आमिष दाखवून उद्योजकांना व व्यापा-यांना प्रवृत्त केले होते. कारण व्यापा-यांना मोठ्या प्रमाणात तोटा झालेला होता. भारतात मंदीच्या परिस्थितीमुळे ग्राहक चळवळ अगदी बाल्यावस्थेतच राहिली. युध्दासाठी लागणारे उत्पादन आणि गरज भागवण्याचे अल्पसाधन असल्याने खाजगी व्यापा-या बरोबर स्पर्धा करू शकले नाही, त्यामुळे ग्राहक सहाकारी संस्थांना खाजगी व्यापा-यासारखी प्रेरणा मिळाली नाही. अनेक संस्थांना मोठ्या प्रमाणात तोटा झाला. त्याचा परिणाम म्हणून ग्राहक सहाकारी संस्थांची संख्या कमी झाली. त्याच बरोबर सभासद संख्या आणि खरेदी विक्रीची उलाढालही कमी प्रमाणात झाली.

भारतातील १९२९ ते १९३९ मधील चळवळीची दिशा पुढीलप्रमाणे -

तक्ता क्रमांक १:३

भारतातील राज्यांनुसार ग्राहक सहकारी संस्था

| राज्य | १९२९ | | १९३९ | |
|---------------|--------|-------------|--------|-------------|
| | संस्था | समासद | संस्था | समासद |
| १ आसाम | २० | २४७५ | १३ | ७७६ |
| २ बंगाल | ६९ | १०५३२ | ४३ | ५१९७ |
| ३ बिहार | १८ | २८३१ | ६ | ६५८ |
| ४ पुंढ्र | २९ | ५५०४ | २५ | ७१२८ |
| ५ मध्यप्रदेश | ११ | १८४८ | २६ | १७१३ |
| ६ पंजाब | ११ | ३६७२ | १० | २३४५ |
| ७ | १०४ | उपलब्ध नाही | ८५ | उपलब्ध नाही |
| ८ उत्तरप्रदेश | ८ | १२१६ | ९ | २८६० |

संदर्भ : Goyal S.K.- Consumers Co-operative Movement in India,
Meenakshi Prakashan, Meerut, p.58.

वरील तक्त्यामध्ये असे दिसून येते की, १९२९ ते १९३९ पर्यंत ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या व समासद कमी झालेले दिसून येते. कित्येक ग्राहक मंडळांची आर्थिक स्थिती खालावली होती, मंदीमुळे व्यापारावर वाईट परिणाम झाला होता. बाजारामध्ये अगदी थोड्याच वस्तूंची विक्री होत होती. व्यापाऱ्यांना आपल्या वस्तू विक्रीची खूपच काळजी वाटत असे, त्यामुळे विक्री वाढण्यासाठी ग्राहकांना आमिष

दाखल लागले. परंतु या मंदीमुळे इतका मोठा आर्थिक परिणाम झालेला होता की, एवढी वस्तु मालामध्ये विक्री करताना सक्कल देऊन सुध्दा विक्री उलाढाल कमी झाली. संस्थेचे सभासद युध्दा लाजगी त्यापा-याकडून वस्तुंची खरेदी करत. कारण अनेक वस्तुमध्ये त्यांना सक्कल मिळत होती अशा या सभासदांच्या अप्रमाणिकपणांमुळे किंवा निष्ठेचा अभाव असल्याने सभासद संख्या कमी कमी होत गेली. ग्राहक मांडार कमी झाले. विक्री खर्च वाढला. तसेच व्यवस्थापन खर्च वाढला. या सर्व कारणामुळे ग्राहक सहकारी कळवळीला शेवटी अपयश मिळाले. या वरील कारणामुळे विक्री कमी होत गेल्याने खालील तक्त्यामध्ये ग्राहक मांडारांची सरासरी विक्री दर्शविली आहे.

तक्ता क्रमांक १:४

भारतातील राज्यांनुसार ग्राहक सहकारी संस्थांची सरासरी विक्री --

| | १९३० | | १९३१ | |
|-------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| | एकूण विक्री | सरासरी विक्री रुपये | एकूण विक्री | सरासरी विक्री रुपये |
| आसाम | २,७४,०२५ | १११ | १,६०,३५३ | २०७ |
| बंगाल | ३,८९,८३३ | ६० | २,८४,५३८ | ५५ |
| मुंबई | ६,१६,४७८ | ९४ | ५,९९,४८३ | ८४ |
| बिहार | १,९७,९५९ | ८१ | १,८५,२९७ | २८२ |
| मध्यप्रदेश | १,६५,०५१ | ८३ | १,१९,०६२ | ६४ |
| मद्रास | २,४३,८०० | उपलब्ध नाही | १,४९,६९३ | उपलब्ध नाही |
| उत्तरप्रदेश | ९,८५५ | ६ | ७६,३०९ | २७ |

संदर्भ :-- Goyal S.K. - Consumer Co-operative Movement in India,

Meenakshi Prakashan, Meerut, p.59.

वरील आकडेवारीमध्ये उत्तरप्रदेश राज्याची विक्री उलाढाल इतर राज्याच्या मानाने फारच कमी आहे. आसाम आणि बिहार राज्याची विक्री उलाढाल सर्व राज्यात जास्त आहे. तसेच समासद संख्या वाढल्याने या दोन राज्याची विक्री जास्त आहे. इतर राज्याची विक्री कमी होण्याचे कारण म्हणजे मंदी, तसेच दुसऱ्या कारणामध्ये समासदांना जबाबदारीची जाणीव नव्हती. अनियमित खरेदी समासद आजगी व्यापाऱ्यांकडून वस्तूंची खरेदी करत. कार्यक्षम मध्यवर्ती संघटनेचा अभाव, तसेच वस्तूंचा पुरवठा थेट उत्पादकाकडून केला जात नसे, त्या ऐवजी स्थानिक पुरवठा व्यापाऱ्यांकडून केला जात असे म्हणून या कालावधीत अनेक राज्यांना विक्री करण्यामध्ये फार अपयश आले आहे. विक्र्यामध्ये सहकाराविषयी निष्ठा नव्हती. ग्राहकाविषयी विक्र्यांना अपुलकी असणे आवश्यक बाब आहे. परंतु या निष्ठे अभावी तुलनात्मकदृष्ट्या आसाम व बिहार वगळता अनेक राज्यांची विक्री उलाढाल फारच कमी आहे.

दुसरे महायुद्ध --

दुसऱ्या महायुद्धाच्या प्रारंभा बरोबरच अन्नधान्याच्या किंमती वाढल्या, जीवनावश्यक वस्तूंचा तुटवडा मासू लागला. ग्राहक सहकारी सोसायट्या आर्थिक दृष्ट्या कमकुवत होत्या. वस्तू व सेवांचे विभाजनमध्ये विणमता निर्माण झाली. या काळात राष्ट्राची शक्ती अंतर्गत सुरक्षितता निर्माण करण्यासाठी खर्च होत होती.

युद्धासाठी आवश्यक ते साधन सामुग्री पुरवली जात होती. खाजगी व्यापारी अयोग्य मार्गाने जीवनावश्यक वस्तूंचा तुटवडा मासवून फायदा मिळवत होते. भाववाढ निर्माण झाली. येथेच नफा मिळविण्याची प्रवृत्ती काळाबाजार प्रवृत्तीमुळे वस्तू व सेवा मिळेनासे झाले.

यावर उपाय म्हणून सरकारने किंमत नियंत्रण जीवनावश्यक वस्तूंचे वाटप आवश्यक गरज म्हणून ग्राहक सहकारी संस्थांद्वारे पुरवण्यात आले, त्यामुळे लोकांची खरेदी विक्री करण्याची पात्रता वाढली. किंमत वाढीमधील अरब्यांकरिता दूर करण्यात आले.

सरकारला असे आढळून आले की, ग्राहक सहाकारी संस्थांद्वारे जीवनावश्यक वस्तूंचे वाटप वस्तु, सेवा, नियंत्रण ठेवता येते. कायम स्वरूपाचे ठराविक लागणारा कोठा ठेवण्यात आला, ही नियंत्रण पध्दत राज्य सरकारच्या अधिकाराखाली सोपविण्यात आली.

काही राज्यातून वस्तु व सेवा योग्य दराने मिळण्यासाठी व नियंत्रण राहाण्यासाठी सहाकारी संस्थांवर जबाबदारी सोपविली होती. अशाप्रकारे ग्राहक सहाकारी कळकीमुळे वस्तु व सेवांचे वाटप व किंमत नियंत्रण यामध्ये निश्चितता राखून खाजगी व्यापा-यापासून त्याची सोडवणूक करण्यासाठी ग्राहक सहाकारी संस्थाना प्रोत्साहन देण्यात आले म्हणून या काळात जीवनावश्यक वस्तूंच्या वाढत्या किंमतींना आळा घालण्यासाठी ग्राहक सहाकारी संस्थांचा विकास वेगाने झाल्याचा आढळतो हे देखील टेबल क्रमांक १.५ च्या आकडेवारी वरून दिसून येईल.

तक्ता क्रमांक १.५

प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था व समासद

| | १९४० | १९४१ | १९४२ | १९४३ | १९४४ | १९४५ | | | | | | |
|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|--------|-----|-------------|------|-------------|--------|--------|
| | संख्या | संख्या | संख्या | संख्या | संख्या | संख्या | | | | | | |
| | समासद | समासद | समासद | समासद | समासद | समासद | | | | | | |
| आसाम | १७ | ११० | १८ | १६०१ | ४३ | २६३४ | ६०९ | ५७३५७ | १२२९ | १३०८५० | | |
| बंगाल | ४४ | ५८८४ | ४७ | ५७०० | ५० | ६०७५ | १८५ | २३३२६ | ३२४ | ३४३०७ | | |
| बिहार | ६ | ६८७ | ६ | ६८७ | ६ | ४५२१ | ९ | ८४७१ | १० | ८११० | ९१०८ | |
| सुंढ | ३० | ८२८७ | ३१ | १०३०३ | ३८ | ११०६९ | १०६ | २८८५९ | ४१० | ११८६६१ | १२५७८८ | |
| मध्यप्रदेश | ३० | १८३२ | २९ | १९३३ | ३० | २२२९ | ६३ | उपलब्ध नाही | ११३ | उपलब्ध नाही | २८१ | उ.नाही |
| मद्रास | १९८ | ३४४०० | ३०० | ५४७०० | ३९९ | ७१६०० | ९३८ | २१३००० | ११९१ | ३४३००० | १२८६ | ४०८००० |
| पंजाब | १२ | २२१७ | ११ | २०२० | उपलब्ध नाही | उ.नाही | ३३ | उपलब्ध नाही | ३३ | ३८४९ | उ.नाही | उ.नाही |
| उत्तरप्रदेश | २५ | ३३४५ | ३४ | ४०७० | ३१ | उ.नाही | १३२ | ९४७५ | ११५ | १२२८३ | १५९ | १३५३७ |

संदर्भ :--

Goyal S.K. - Consumer Co-operative Movement in India,

Meenakshi Prakashan, Meerut, p.61.

वरील तक्त्यामध्ये असे दिसून येते की, आसाम, पुंज, आणि मद्रास राज्यांची प्रगती १९४० ते १९४५ या वर्षांमध्ये उल्लेखनीय आहे म्हणजे इतर राज्यांच्या तुलनेने फारच चांगली होती. प्राथमिक पातळीवर सरकारकडून अन्नधान्य मिळवून त्याचे वाटप नियंत्रण पध्दतीने केल्याने चांगली प्रगती झालेली होती, अशा या घोरणाने सरकारला ग्राहक सहाकारी संस्था वाढवावयाच्या होत्या म्हणून प्रत्येक राज्याला केन्द्र सरकार पाठींबा देत होते.

तसेच दुसरे एक कारण म्हणजे खाजगी व्यापारी अशा या परिस्थितीत अपुरा पुरवठा आणि चुकीच्या पध्दतीने वस्तूचे वाटप केल्याने ग्राहक सहाकारी संस्थांची वाढ झालेली होती. अर्थात ग्राहकांनी खाजगी व्यापाऱ्यांच्या अपुऱ्या वस्तूच्या साठ्यामुळे ग्राहक सहाकारी संस्थांचा आश्रय घेतला होता, त्यामुळे त्यांना जीवनावश्यक वस्तूंचा पुरवठा मोठ्या प्रमाणात मिळत राहिला. त्यामुळे लोकांची खरेदी शक्ती वाढली आणि वस्तूंच्या किंमतीवर औफिशिल दृष्ट्या नियंत्रण ठेवल्याने ग्राहक सहाकारी चळवळीला मदत झालेली होती आणि म्हणूनच १९४० ते १९४५ या कालावधीमध्ये ग्राहक सहाकारी संस्थांची संख्या वाढलेली आहे.

१९४७ ते १९६० ---

१५ ऑगस्ट १९४७ मध्ये भारत स्वतंत्र झाला. कल्याणकारी सरकारचे स्वप्न साकार करण्याची संधी मिळाली. कारण सर्वसामान्य नागरिकांचा सर्वांगीण विकास हे कल्याणकारी सरकारचे उद्दिष्ट असते, सर्वसामान्य जनतेच्या आकांक्षांना प्रतिसाद देण्यासाठी सरकार प्रयत्नशील झाले.

ग्राहक सहाकारी संस्थांचा विकास करण्यासाठी अनुकूल वातावरण असल्याने विविध घटकांना सवलती देऊन उत्तेजन देण्यात आले होते. १९५१-१९५२ पासून राज्य सरकारनी नियोजनात्मक व विशेष सवलती देऊन ग्राहक सहाकारी चळवळीला प्रेरणा दिली होती. त्यानंतर ग्राहक सहाकारी संस्थांना खाजगी व्यापाऱ्या बरोबर स्पर्धा करावी लागली. अनेक वस्तूंच्या किंमती खाली उतरल्या, त्याचा परिणाम म्हणून

१९५२ ते १९५४ मध्ये मर्यादित चळवळ कमी झाली अशा या नवीन परिस्थितीमध्ये सहकारी संस्थांना तोंड धावे लागले. फार मोठ्या प्रमाणात तोटा सहन करावा लागला. पुन्हा त्यांच्या उभारणीसाठी वित्तीय पुरवठ्याचा प्रश्न निर्माण झाला.

वरील परिस्थितीची सरकारने तपासणी केली नव्हती, यामध्ये आणखीन एक वैशिष्ट्ये म्हणजे याच कालावधीमध्ये मद्रास, मुंबई व मध्यप्रदेश या सहकारी ग्राहक संस्थांचे माग मांडवल इतर राज्यातील ग्राहक सहकारी संस्थेच्या तुलनेने जास्त होते, त्यामुळे इतर राज्यातील ग्राहक चळवळ थंडावली होती. थोडक्यात ते प्रगती करू शकले नाही, म्हणून १९५३-१९५४ मध्ये ग्राहक सहकारी संस्थांना मोठ्या प्रमाणात तोटा झाला, त्याचे कारण अल्प आणि दिर्घ कालावधीमध्ये दिलेले आहे. अल्प कालावधीमध्ये नियंत्रणाला उत्तेजन दिल्याने परिणामी सुरवातीला संस्थांना फायदा मिळाला नाही आणि दिर्घ कालावधीमध्ये धाऊक ग्राहक सहकारी संस्था अपूर्ण होत्या. तसेच आवश्यक त्या प्रमाणात प्राथमिक मांडारे नव्हती. अपुरे मांडवल, ग्राहक सहकारी संस्था व उत्पादक यांच्यामध्ये संबंध जोडलेले नव्हते. पुरेशी प्रशिक्षित उमेदवार नव्हते, त्यामुळे अनेक सोसायट्यांचा व्यापार कमी झाला व चळवळही कमी झाली म्हणून सरकारने १९५१-१९५२ मध्ये नियंत्रणात्मक अन्नधान्याचे वाटप रेशनिंग पध्दतीने केले. तसेच जीवनावश्यक वस्तूंचे इतर वस्तूंचे वाटप केले. परिणामी संस्थांना खुल्या बाजाराशी व्यापाराची स्पर्धा करावी लागली. व्यापार कमी झाला. साहाय्य नफाही कमी झाला हे खालील तक्ता क्रमांक १.६ वरून दिसून येईल.

तक्ता क्रमांक १.६

भारतातील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्था

(रुपये लाखात)

| वर्ष | संस्थाची संख्या | सभासद संख्या (हजारात) | मागमांडवल | विक्री | नफा | तोटा |
|---------|-----------------|--------------------------|-----------|--------|-------|--------|
| १९४७-४८ | ४५४२ | १००७.५ | २११.६ | ३४९९.६ | उ.नाह | उ.नाही |
| १९४८-४९ | ८७३४ | १६१३.३ | ४०८.३ | ५०६४.५ | ५६.० | -,-,- |
| १९४९-५० | ८९४९ | २१५५.४ | ४४९.४ | ७०४५.४ | १०१.० | २०.७ |
| १९५०-५१ | ९७४५ | १८०४.९ | ५२३.९ | ८१४६.५ | ११३.१ | २२.४ |
| १९५१-५२ | ९५७९ | १८४०.० | ५६६.० | ८३७५.० | ८३.० | ३९ |
| १९५२-५३ | ९१९१ | १७९७.० | ५६४.० | ५४५९.० | ३९ | ७२ |
| १९५३-५४ | ८२५१ | १७९४.० | ५६७.० | ३२०४.० | २८ | ८१ |
| १९५४-५५ | ७८४१ | १५४१.० | ५२०.० | १५४४.० | २४ | ४२ |
| १९५५-५६ | ७३५९ | १४१४.० | ४९०.० | १४४८.० | २९ | ३० |
| १९५६-५७ | ६५७८ | १११६.० | ५१०.० | २०९८.० | ४० | १० |
| १९५७-५८ | ६२७५ | १३३३.० | ६९४.० | २२६४.० | ४१ | ४० |
| १९५८-५९ | ६८५७ | १३७६.० | ५०५.० | २७०१.० | ५० | ४१ |
| १९५९-६० | ७१६८ | १३९०.० | ६७०.० | ३९००.० | ७८ | २७ |

संदर्भ : Goyal S.K. - Consumers Co-operative Movement in India,
Meenakshi Prakashan, Meerut, p.64.

फायदा कमी झाल्याने परिणामी समासदांना मिळणा-या मांडव्यावरील लाभांश व समासदांना खरेदी करताना मिळणारी सूटही कमी प्रमाणात मिळाली. चळवळीचे दुसरे वैशिष्ट्य म्हणजे या काळात फक्त शहरी भागातील ग्राहक सहकारी संस्थांची परभराट होत होती. तसेच थोडेच मांडारे ग्रामीण भागात संपटीत होती म्हणून ग्रामीण भागातील बंद पडलेल्या मांडारांना नियंत्रित प्रोत्साहन देण्यात आले होते. राज्य सरकारनी स्टोअर्सना मदत दिली होती. यावरून असे दिसून येते की, बहुसंख्य राज्यानी वित्तीय पुरवठा स्टोअर्सना केलेला नव्हता. सरकारनेच वित्तीय पुरवठा केलेला होता. काही थोड्याच ग्राहक मांडारांना सरकारकडून सवलती व कर्ज पुरवठा मिळाला होता. त्यातील उदाहरण म्हणून १९५४-१९५६ मध्ये ओरिसामधील मांडारांना अँडव्हान्स रु.४१,०००-०० देण्यात आले. राजस्थान मधील २ मांडारांना १२०० सबसिडी दिली होती.

ग्राहक सहकारी मांडारांची प्रगती होत असली तरी शेती कर्ज पुरवठ्याच्या मानाने तुलनात्मकदृष्ट्या शेतीपेक्षा कमी प्रमाणात ग्राहक संस्थांची प्रगती पत्तार कमीच होती. कारण सरकारने जास्तीत जास्त शेती उत्पादन मिळविण्यासाठी शेती उत्पादनावर खर्च केलेला होता. त्यामुळे ग्राहक चळवळीमध्ये आडथळे येवू लागले. अनेक दुर्बल सोसायट्यांना पुरेशी आर्थिक मदत मिळाली नाही. विशेष करून ग्राहक मांडारावर लदा दिले नव्हते. त्यामुळे ग्राहक चळवळ जकजक नाश होत चालली.

दुस-या पंचवार्षिक योजनेमध्ये ग्राहक चळवळीकडे लदा देण्यात आले पण मुख्यत्वेकरून निश्चित असे टारगेट ठरलेले नव्हते. किंवा प्रोग्रॅम ठरलेले नव्हते. त्यामुळे जीवनावश्यक अशा वस्तू व सेवांच्या दुर्भिक्षेमुळे ग्राहकांना तोंड धावे लागले म्हणून सरकारने वरील आत्यावश्यक वस्तू व सेवांचे वाटप, अन्नधान्याचे वाटप या काळात नियंत्रित पध्दतीने केलेले दिसून येते.

यानंतर ग्राहक चळवळ छुपच कमी झाली आणि प्रत्येक वर्षी ग्राहक सोसायट्या तोट्यात आल्या. १९५८ मध्ये अन्नधान्याच्या किंमती वाढल्या व सारंगे सारख्या दुर्भिक्षे वस्तूंचे वाटप सरकारी नियोजन पध्दतीने योग्य किंमतीने दुकानातून

नियंत्रित पध्दतीने वाटप्यात आली. राज्यातील ग्राहक मांडारांनी योग्य किंमतीव्दारे वस्तूंची विक्री करण्याचे ठरवले. १९५८ मध्ये या किंमती नियंत्रित पध्दतीमुळे ग्राहक चळवळ थांबवलेली होती. त्यानंतर १९५८ ते १९६० या कालावधीत सर्वसाधारण सुधारणा घडवून आल्यामुळे प्राथमिक स्टोअर्स आणि त्यांची सभासद संख्या वाढली.

घाऊक ग्राहक सहकारी मांडार --

दुसऱ्या महायुद्धानंतर प्राथमिक ग्राहक सहकारी मांडारांना वस्तूंचा पुरवठा करण्याच्या उद्देशाने घाऊक मांडारांची उत्पादकांकडून मोठ्या प्रमाणात खरेदी करण्यासारखी आर्थिक कुवत नसल्याने त्यांना व्यापाऱ्याबरोबर स्पर्धा करावी लागत असे त्यामुळे त्यांचा वस्तु उत्पादन अगर वस्तू खरेदी खर्च वाढत असे, तो खर्च वाढू नये व त्यांना आर्थिकदृष्ट्या सबल करण्याच्यादृष्टीने घाऊक ग्राहक मांडार स्थापन करण्यात आले. १९१९ मध्ये घाऊक ग्राहक सहकारी संस्था संघटित झाल्या होत्या आणि त्यांच्याशी संबंधित व्यापार १३ प्राथमिक सोसायट्यांचा होता.

१९२० मध्ये प्राथमिक ग्राहक सोसायट्या घाऊक संस्थाशी संबंध जोडण्याबद्दल नावुण होत्या, त्याचा परिणाम म्हणून घाऊक संस्थाशी संबंध जोडणे १९२१ मध्ये बंद झाले. दुसऱ्या प्रयत्नामध्ये घाऊक ग्राहक सहकारी संस्था १९२७ मध्ये पुंढित संघटित झाल्या परंतु त्यांना फारशे यश मिळाले नाही. तेव्हा सहकारी नियोजन मंडळाने अशी शिफारस केली की, शहरी आणि ग्रामीण मागातील सोईस्कर अशा पन्नास संस्थांचा ग्रुप करून त्यांचा संबंध मध्यवर्ती ग्राहक संस्थेशी जोडावा.

दुसऱ्या जागतिक महायुद्धामध्ये दुर्मिळ व जीवनावश्यक वस्तूंच्या किंमती वाढल्या होत्या. परंतु युद्धानंतर त्या परिस्थितीत किंमत नियंत्रण रेशानिंग पध्दतीत बदल झाला. किरकोळ मांडारामध्ये वस्तूंचा अपुरा साठा, साजगी व्यापाऱ्याकडून वारंवार होणारी पिळवणूक, भरमसाठ नफा मिळवण्याचा उद्देश

होता म्हणून धाऊक संस्थाना मोठ्या प्रमाणात एजन्सी देण्यात आली. वित्तीय पुरवठा करण्यात आला. अधिक कार्यक्षम व्यवस्थापन अधिक व्यापारी योग्यता आणि उत्पादकाकडून खरेदी करून त्याचा पुरवठा प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थाना करण्यात आला.

शहरातील जिल्हा पातळीवर धाऊक ग्राहक संस्थेशी प्राथमिक ग्राहक मांडाराचे खरेदी करण्याचे संबंध जोडले. धाऊक ग्राहक संस्था मोठ्या प्रमाणात उत्पादकाकडून वस्तू खरेदी करून प्राथमिक मांडाराना पुरवठा करण्यात आला. १९३९ मध्ये मद्रास राज्यात मधूरा रामनार या जिल्हा पातळीवर जिल्हा धाऊक सहकारी संस्थेशी प्राथमिक संस्थांचा संबंध जोडण्यात आला होता. त्या काळात नियंत्रीतपणे धाऊक संस्था एजन्सी मिळवून अन्नधान्याचे वाटप प्राथमिक पातळीवर केले जात होते. यावरून असे दिसून येते की धाऊक ग्राहक सहकारी संस्थाना प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थेच्या दृष्टीने अत्यंत उपयुक्त आहे म्हणून १९४९ ते १९६० पर्यंत धाऊक ग्राहक सहकारी संस्थांचा आढावा तक्ता क्रमांक १.७ मध्ये देण्यात आला आहे.

तक्ता क्रमांक १.७

धाऊक ग्राहक सलकारी संस्था

(रुपये लाखात)

| वर्ष | धाऊक संस्था | समासद (हजारात) | माग मॉडल | विक्री | नफा | तोटा |
|---------|-------------|----------------|----------|--------|------|-------|
| १९४९-५० | ८५ | २१ | १४९ | २७५० | २१.९ | ०.५६ |
| १९५०-५१ | ९१ | २९ | १८९ | २६२९ | २२.० | ०.३७ |
| १९५१-५२ | ९५ | २९ | १९० | २८१८ | २१.० | ५.०० |
| १९५२-५३ | ९३ | २७ | १८७ | १४६४ | ९.० | १६.०० |
| १९५३-५४ | ८६ | २२ | १३७ | ५२६ | २.० | १९.०० |
| १९५४-५५ | ८४ | २६ | १४८ | ४३४ | ७.० | २२.०० |
| १९५५-५६ | ७४ | २३ | १६४ | ४१९ | ६.० | १२.०० |
| १९५६-५७ | ७६ | २५ | १०९ | ५७४ | ९.० | १०.०० |
| १९५७-५८ | ७६ | २४ | १०६ | ६०० | ७.० | १०.०० |
| १९५८-५९ | ६२ | २३ | १२९ | ७०० | ५.० | २.०० |
| १९५९-६० | ६५ | १२ | ३८ | ८९८ | ५.० | २.०० |

संदर्भ : Goyal S.K. - Consumers Co-operative Movement in India,
Meenakshi Prakashan, Meerut, p.66.

वरील तक्त्यामध्ये असे दिसून येते की, १९५१-५२ मध्ये संस्थांची व समासद संख्या वाढलेली दिसते. परंतु १९५१-५२ पासून १९५८-५९ पर्यंत संस्थांची व समासद संख्या सातत्याने कमी झालेली दिसते. या काळातील माहाण्णीनुसार बिहार, मध्यप्रदेश, राजस्थान, सौराष्ट्र, कटक, मनीपूर, आणि त्रिपुरा या राज्यात धाऊक

ग्राहक संस्था नव्हत्या. मद्रास, पंजाब, जम्मू आणि काश्मीर, पूर्व बंगाल, उत्तर प्रदेश, आसाम आणि पुर्ब या राज्यातील धाऊक ग्राहक सहाकारी संस्था कार्य करत होत्या. आणखीन काही राज्यात संस्था आस्तित्वात होत्या. त्या प्रत्यक्षापणे प्राथमिक संस्थाना व वैयक्तिक समासदांना वस्तूंचा पुरवठा करीत होते.

पंजाब राज्यात प्राथमिक ग्राहक सोसायट्यांना धाऊक ग्राहक संस्था पुरवठा करीत होते. या संस्थेचा संबंध ग्राहक राज्य सहाकारी संस्थेशी जोडला होता. १९५८ पर्यंत धाऊक ग्राहक संस्थांची संख्या सातत्याने कमी झालेली दिसते. त्यामुळे त्यांचा नफा कमी झालेला असून, तोट्यामध्ये वाढ झालेली दिसून येते. पुढील दोन वर्षांमध्ये सरकारी धोरणांनुसार ग्राहक सहाकारी संस्थांचे सुधारणा व विस्तारलेल्या संस्थांचे एकत्रीकरण करण्यात आले होते. १९५८ मध्ये अन्नधान्याच्या किंमती वाढल्या होत्या.

म्हणून सरकारने नियंत्रण ठेवून योग्य व्यवस्थापनाद्वारे अन्नधान्याची व सातरेची विक्री केली अशा प्रकारे कमकुवत व तोट्यात चालणाऱ्या संस्थांची तपासणी करण्यात आली.

१९६० नंतर बदललेली परिस्थिती --

१९६० च्या अगोदर ग्राहक चळवळीची वाढ खुंटली होती. परंतु १९६० नंतर ग्राहक चळवळ वाढीस लागली. ग्राहक चळवळीची नवीन मुळे रोवली गेली. ग्राहक चळवळ वाढण्यास आणि विक्री करण्यासाठी अनुकूल वातावरण होते. त्या बरोबर शिवाणाचा विस्तार ही झालेला होता. मुख्यत्वे करून स्त्रीयांचा सहभाग चळवळीत होता. शहरी भागातील लोकांचे राहणीमान दर्जा उंचावलेला होता. मसाले पदार्थ, लोणचे इत्यादी पदार्थांचे वर्गीकरण करण्यासाठी स्त्रियां आनंदाने सहभागी होत. लोणचे, जाम इत्यादी, डाळ, आटा पदार्थांचे प्रोसिंग केली जात असे. आवश्यक असणाऱ्या वस्तू, रेडीमेड वस्तू, साखतेल, यांचा वापर केलेला होता. सामाजिक परिस्थिती पूर्ण बदलेली होती. ग्राहक मांडारांना यश येऊन वस्तू व सेवा यांची पूर्तता करीत होते. वस्तूंच्या किंमती कमी गेल्याने किंवा

कमी क्षिप्तीचा आग्रह धरल्याने वस्तू विक्री फार मोठ्या प्रमाणात झालेली होती.

ग्राहक मंडार जीवनावश्यक वस्तूंचा चांगल्याप्रकारे पुरवठा करीत होते. त्यामुळे खरेदी शक्ती वाढलेली होती. उपभोग्य वस्तू, अन्नधान्य, कापड आणि दैनंदिन व्यवहारासाठी आवश्यक वस्तू वा सेवा उपलब्ध करून दिली होती. गरीब आणि मध्यम वर्ग यांच्यातील विषमता कमी करण्यात आली होती. जे गरीब असतील त्यांना नेहमी गहू, आणि साखर, चहा, दूध, लोणी, बिस्किट, चटणी इत्यादी वस्तू अल्प दराने पुरवल्या होत्या. त्यामुळे ग्राहक चढकूच झूपच वाढली. थोड्याच गुंतवणुकीत मोठ्या प्रमाणात वस्तू सेवांचा साठा, विविध वस्तू उपलब्ध केलेल्या होत्या. त्यामुळे ग्राहक सहकारी संस्थांचे व्यवहार मोठ्या प्रमाणात होत होते, ही परिस्थिती पुढील तक्ता क्रमांक १.८ वरून दिसून येईल.

तक्ता क्रमांक १.८

मारतातील प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या
(१९६१-१९८५)

| वर्ष | संस्थांची संख्या | समासद (हजारात) |
|---------|------------------|------------------|
| १९६१-६२ | ७२६६ | १३९५ |
| १९६५-६६ | १३०७७ | २९२७ |
| १९६६-६७ | १३८३७ | ३३७२ |
| १९६७-६८ | १३९५० | ३४८६ |
| १९७१-७२ | १२८८३ | ३४३१ |
| १९७२-७३ | १३४०० | ३५२३ |
| १९७३-७४ | १३३८१ | ३६४५ |
| १९७४-७५ | १८०९३ | ५५०५ |
| १९७७-७८ | १६१५२ | ४४०५ |
| १९७९-८० | १५५३९ | ४३६५ |
| १९८१-८२ | २०९०४ | ९९९१ |
| १९८४-८५ | २०५०८ | ६४०८ |

- संदर्भ : १) B.S.Mathur- Co.operation india published by
Sahitya Bhawan Hospital Road, Agra ed., 1988,
n.331
- 2) Goyal S.K. - Consumers Co-operative Movement in India,
Meenakshi Prakashan, Meerut, 1972, p.64.

३) नाबार्डच्या जून १९८५ मधील पत संस्था व बिगर पत संस्था
मिळवलेल्या माहितीवरून तक्ता ३१ पृ.क्र.६८.

वरील तक्त्यामध्ये असे दिसून येते की, ग्राहक सहकारी संस्थांची प्रगती सर्व बाबतीत झाली आहे. समासद आणि मॉडकल प्रमाण दुप्पट झालेले आहे. समासद मॉडकल तीनपटीने वाढले आहे. १९६१-६२ ला क्वीमध्ये ३५.४० कोटी रुपयांची वाढ झालेली दिसून येते. या वरून असे दिसून येते की, ग्राहक सहकारी संस्थांची प्रगती झपाट्याने वाढत आहे. १९६१ ते १९८५ पर्यंत ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या सातत्याने वाढत आहे.

भारतातील ग्राहक सहकारी संस्था जरी मोठ्या संख्येने वाढत असल्या तरी सर्वच ग्राहक संस्था नण्यामध्ये नाहीत. वेगवेगळ्या राज्यातील ग्राहक सहकारी संस्थांच्या आकडेवारीवरून दिसून येते. पश्चिम बंगालमध्ये १९७२-७३ मध्ये १,८४६ प्राथमिक ग्राहक मंडारे होती. त्यातील ७०० ग्राहक संस्था आर्थिकदृष्ट्या कमकुवत होत्या. ओरिसा राज्यातील ४०० ग्राहक संस्थांपैकी २४० ग्राहक संस्था आर्थिकदृष्ट्या दुर्बल होत्या. तसेच राजस्थान मधील ५१८ ग्राहक सहकारी संस्थांपैकी ३३७ ग्राहक संस्था दुर्बल होत्या.

१९७३-७४ पर्यंत १३,३८१ ग्राहक सहकारी संस्था होत्या, त्यापैकी ५,०२० ग्राहक संस्था नण्यात होत्या. त्या नंतर १९८५ पर्यंत ५० टक्के ग्राहक सहकारी संस्था नण्यात असलेल्या दिसून येतात.

प्राथमिक सहकारी संस्थाप्रमाणे भारतातील धाऊक ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या खालील तक्त्यामध्ये दर्शविली आहे.

तक्ता क्रमांक १.९

भारतातील धाऊक ग्राहक सहकारी संस्थांची संख्या
१९६१-१९८५

| वर्ष | संस्थांची संख्या | समासद (हजारात) |
|---------|------------------|----------------|
| १९६१-६२ | १०७ | ३१० |
| १९६५-६६ | ३५१ | ५४७ |
| १९७१-७२ | ३८३ | ९५५ |
| १९७५-७६ | ४४९ | १,५१८ |
| १९७९-८० | ५०० | १,५५० |
| १९८४-८५ | ५६४ | २,४५२.१०३ |

- संदर्भ : १) Cooperative Movement in India Ministry of Food, Agriculture, Community Development and Cooperation Table 3 (for years 1961-62, 1965-66) Nov., 1967.
- २) Rao S.B - 'Consumers Cooperative - A Management Perspective VMVIC Pune (for years - 1971-72, 1975-76 and 1979-80.
- ३) Important Items of Data Credit and non-credit cooperative Societies ,June, 1985, Table 31, p.68.

वरील धाऊक ग्राहक सहाकारी संस्थांच्या आकडेवारीमध्ये संस्थांच्या संख्येत १९६१-६२ पासून १०७ ग्राहक सहाकारी संस्थावरून १९८४-८५ पर्यन्त ५६४ पर्यन्त धाऊक ग्राहक सहाकारी संस्थांमध्ये सातत्याने वाढ झालेली दिसते. सभासद संख्या १९६१-६२ मध्ये ३१० होती व १९८४-८५ मध्ये २४५२.१०३ इतकी वाढ सभासद संख्येमध्ये झालेली दिसून येते.

१:२ महाराष्ट्रातील ग्राहक सहाकारी चळवळीचा आढावा --

महाराष्ट्र राज्य सहाकारी चळवळीत संपूर्ण भारतात प्रथम क्रमांकाचे राज्य मानले जाते. भारतात जो सहाकारी चळवळीचा विकास झालेला दिसतो तसाच महाराष्ट्रात सहाकारी चळवळीचा विकास आग्रक्रमाने झालेला दिसतो. या ठिकाणी प्राप्नुष्याने सहाकारी ग्राहक संस्थांचा थोडक्यात आढावा घेणे योग्य ठरेल.

महाराष्ट्रातील सहाकारी ग्राहक संस्थांचे वर्गीकरण महाराष्ट्र राज्य सहाकारी ग्राहक फेडरेशन, धाऊक, ग्राहक मंडारे आणि प्राथमिक ग्राहक मंडारे असे केले जाते. त्यापैकी महाराष्ट्र राज्य सहाकारी ग्राहक फेडरेशनची प्रगती.

महाराष्ट्र राज्य सहाकारी ग्राहक फेडरेशनच्या सध्या १४ शाखा असून ३९६ सभासद आहेत. माग मंडळ २,२४,००० लक्षा रुपये असून स्वनिधी २,९७,००,००० लक्षा रुपये आहे. खेळते मंडळ ६ कोटी ८४ लक्षा असून विक्रीची किंमत १५ कोटी ३६ लक्षा रुपये आहे.

महाराष्ट्रात १९६१ ला एक धाऊक ग्राहक मंडारे होते. ती संख्या १९८६ अखेर १०० एवढी झाली आहे. या धाऊक मंडाराच्या ४६१ शाखा असून २,४२,८०० सभासद आहेत.

माग मंडळ ४ कोटी १८ लाख असून स्वनिधी ६ कोटी ५४ लक्षा रुपये आहे. खेळते माग मंडळ १८ कोटी ४८ लक्षा रुपये असून विक्रीची किंमत ११३ कोटी ५ लक्षा रुपये आहे. १०० पैकी ५५ धाऊक ग्राहक मंडारे नण्यात असून ३९ धाऊक ग्राहक मंडारे तोट्यात आहेत.

महाराष्ट्रातील प्राथमिक ग्राहक भांडाराची प्रगती पुढील तक्त्यावरून स्पष्ट होईल.

तक्ता क्रमांक १.१०

प्राथमिक ग्राहक भांडाराची प्रगती

| तपशिल | १९६१ | १९७१ | १९८१ | १९८६ |
|----------------------|-------|-------|--------|--------|
| १) भांडारे | १,१४० | १,३८५ | १,७३७ | २,२७० |
| २) समासद | १,७५२ | ३,८३५ | १०,०६२ | १२,९२१ |
| ३) भाग भांडवल | ५२ | १२४ | ३४५ | ५३३ |
| ४) पैकी स्वनिधी | १०२ | २३४ | ७१० | १,०७१ |
| ५) खेवते भांडवल | १६९ | ३५५ | १,६८५ | २,६०३ |
| ६) क्विती | ९३१ | ३,५४४ | १०,१०३ | १४,२६४ |
| ७) नप्यातील भांडारे | ४८९ | ७८१ | १,०५१ | १,२२८ |
| ८) तोट्यातील भांडारे | १८२ | ३२७ | ४१९ | ६४३ |

टीप : १) रुपये लाखात

२) समासद शंभरात

संदर्भ : महाराष्ट्र राज्य - महाराष्ट्र राज्यातील सहकारी कळकळीतील

दृष्टीदोषात - १९८७.

(सहकार आयुक्त व निबंधक संस्था महाराष्ट्र राज्य, पुणे यांचे कार्यालय,

पृ.क्र.७३)

महाराष्ट्रातील १९६१ ते १९८६ या काळात प्राथमिक ग्राहक मंडाराची संख्या दुप्पट झालेली दिसून येते. सभासदत्वातील वाढ ही मंडाराच्या वाढी पेक्षा कितीतरी पट जास्त आहे. माग मंडळ १० पटपेक्षा जास्त पट्टीत वाढलेली दिसते. स्वनिधी ही १० पट्टीपेक्षा जास्त पट्टीत वाढलेली दिसते. (स्वनिधी ही १० पट्टी पेक्षा जास्त वाढलेली आहे. खेळते मंडळ ७४४ पट वाढ) झाले आहे. विक्रीमध्ये १३,३३३ (२१२७?) रुपये वाढ झालेली आहे. नव्यातील मंडाराची संख्या ७३९ पट्टीत वाढली आहे. तसेच तोट्यातील ग्राहक मंडाराची संख्या ४६१ इतकी वाढ झाली आहे.

अशा प्रकारे वरील आकडेवारी प्रमाणे महाराष्ट्रातील ग्राहक मंडाराची प्रगती इतर राज्याच्या तुलनेने फारच समाधानकारक तसेच ग्राहक चळवळीचा विकास झालेला दिसतो.

याचप्रमाणे महाराष्ट्रात ग्राहक सहकारी संस्थांमध्ये महिलांनी चालवलेल्या ग्राहक मंडाराची संख्या केवळ नऊ संख्या असून देश पातळीवर अवधी २२० ग्राहक संस्था कार्य करत आहे. ही गोष्ट खरी असली तरी स्थापन झालेल्या ग्राहक मंडारात अद्यापही महिलांचा सहभाग नगण्य आहे. ग्राहक सहकारी मंडारातून महिलांचा सहभाग वाढवणे अतिशय आवश्यक आहे. दैनंदिन गरज व मुळातच चौदसूळ स्वभाव यामुळे ग्राहक वस्तू वाटपात महिलांना महत्वाची भूमिका बजावता येईल. त्यासाठी प्रत्येक मंडारातून महिलांची स्वतंत्र समिती स्थापन करावी. त्याच बरोबर ग्राहक मंडाराचे संचालक मंडळावर महिलांना अधिक प्रतिनिधित्व देऊन त्यांचा सहभाग वाढवता येईल. यावरून असे लक्षात येते की, ग्राहक सहकारी चळवळीची दोन अंगे आहेत. एक ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वजन, प्रत, किंमत यांच्या द्वारे होणा-या फसवणुकी पासून संरक्षण करण्यासाठी विक्री व्यवस्था उभारणे. दुसरे म्हणजे ग्राहकांच्या व्यापक हिताच्या दृष्टीने ग्राहकांचे प्रश्न, शासन, उत्पादक, जन्ता यांच्यापुढे मंडळणे यासाठी ग्राहक चळवळीचा विकास होणे अत्यंत आवश्यक आहे.

१:३ कोल्हापूर जिल्हातील ग्राहक सहाकारी चळवळीचा आढावा --

कोल्हापूर जिल्हाच्या ग्राहक सहाकारी चळवळीचा विचार कराव्याचा झाल्यास सहाकारी क्षेत्रातील युगपुराण म्हणून ज्यांचा उल्लेख करावा लागेल त्या के. तात्यासाहेब मोहिते यांच्या पुढाकाराने शेतकरी संघ ही संस्था १९३९ साली स्थापन झाली. शेतकरी वर्गाच्या सर्वांगीण विकासासाठी कार्यरत राहाण्याचे अभिप्रेत या संस्थेने आपल्या नावातूनच दिले जाते. शेतकरी संघ हा कोल्हापूरच्या नागरी जीवनाचे प्रमुख अंग आहे. शेती व शेतकऱ्यांची प्रगती आणि ग्राहक सेवा हे धोरण घेऊन कार्यरत असलेल्या शेतकरी संघाचा प्रथम विचार करावा लागतो. कारण किराणा माल असो किंवा औषधे असोत, खते असोत अगर अजारे, जीवनावश्यक वस्तू, किंवा कपडे असोत या सर्वांची खरेदी अगदी डोळे झाकून करावी इतका विश्वास या संस्थेने मिळवला आहे.

यानंतर कोल्हापूर जनता सेंट्रल को.ऑपरेटिव्ह कंझुमर्स स्टोअर्स ही संस्था २४-९-१९६३ साली जेष्ठ नेते रत्नाप्पा कुंभार यांच्या नेतृत्वाखाली स्थापन झाली. याच संस्थेची शाखा म्हणून जैता बझार चा कृमांक लागतो. याची स्थापना १५ सप्टेंबर १९८४ साली करण्यात आली. डिपार्टमेंटल स्टोअर्सची कल्पना प्रामुख्याने या जनता बझारमुळे कोल्हापूर वासियांसमोर आली आणि ही स्टोअर्स करवीरवासियांच्या दैनंदिन जीवनाचा एक अविभाज्य भाग म्हणून उल्लेख करावा लागेल. या संस्थेने आता गरुड भरारी मारली आहे.

वरील ग्राहक सहाकारी संस्थेच्या प्रेरणेने संपूर्ण कोल्हापूर जिल्हातील ग्राहक सहाकारी संस्था स्थापन झाल्या त्याची संख्या पुढीलप्रमाणे दिसून येईल.

तक्ता क्रमांक १:११

ग्राहक सहकारी मांडारे

| वर्ष | प्राथमिक | धाऊक |
|------------|----------|------|
| १. १९७४-७५ | ४८ | - |
| २. १९७५-७६ | ५५ | - |
| ३. १९७६-७७ | ६१ | - |
| ४. १९७७-७८ | ५९ | - |

तक्ता क्रमांक १.१३मध्ये १९७४ ते १९७८ पर्यन्त धाऊक सहकारी संस्थाची स्थापना झालेली नाही. १९७४ ते १९७८ या कालावधीत प्राथमिक ग्राहक सहकारी मांडाराची संख्या वाढत असलेली दिसून येते. त्यामध्ये १९७६-७७ या वर्षात ६१ संस्थांची वाढ झालेली दिसून येते.

सन १९७८-७९ ते १९८२-८३ पर्यन्त धाऊक ग्राहक सहकारी संस्था व प्राथमिक ग्राहक सहकारी संस्थाची संख्या खालीलप्रमाणे दर्शविली आहे.

तक्ता क्रमांक १:१२

(रुपये हजारात)

| वर्ष | १९७८-७९ | १९७९-८० | १९८०-८१ | ८१-८२ | ८२-८३ |
|------------------|---------|---------|----------|--------|--------|
| अ) होलसेल | | | | | |
| १. संस्था संख्या | ४ | ४ | ४ | ४ | ५ |
| २. सभासद संख्या | १९,९२६ | २१,११८ | २१,६५४ | २३,४४४ | २५,२९५ |
| ३. माग मांडवल | १,७८९ | २,३२५ | २,५५८ | २,९२८ | २,९६७ |
| ४. विक्री | २५,७२५ | ३५,६२० | १,३९,२९० | ७६,७९८ | ८३,५९२ |
| ५. नफा (रुपये) | ५२ | ४० | १०८ | ५७ | २२९ |
| ६. तोटा (रुपये) | | | | | |
| ब) प्राथमिक | | | | | |
| १. संस्था संख्या | ५४ | ५३ | ५७ | ६६ | ७४ |
| २. सभासद संख्या | २५,५६४ | २५,८९२ | २६,७५८ | ३५,८५० | ३९,८१० |
| ३. मागमांडवल | २२,४३८ | २,९०८ | २,२३१ | ३,२५४ | ४,०३९ |

तक्ता क्रमांक १:१२ मध्ये ग्राहक सहाकारी संस्थांच्या आवडेवारीमध्ये दर्शविल्याप्रमाणे १९७८-७९ ते १९८१-८२ मध्ये ४ धाऊक संस्था स्थापन करण्यात आल्या व १९८२-८३ मध्ये त्यांची संख्या ५ इतकी वाढली. तसेच सभासद संख्या १४,३६९ इतकी वाढ झालेली दिसून येते. माग मांडवळामध्ये १,१७८ इतकी/झालेली आहे. विक्रीमध्ये ५७,८६७ इतकी/वाढ झालेली दिसून येते. तोट्याचे प्रमाण अल्प आहे. ?

तसेच प्राथमिक ग्राहक मांडारामध्ये २० संस्था वाढल्या आणि सभासद संख्या मध्ये १४,२४६ सभासद वाढले आहेत. एकंदरीत १९८२-८३ पर्यंत प्राथमिक व धाऊक मांडारामध्ये वाढ झालेली आहे.

तक्ता क्रमांक १.१३

ग्राहक सहकारी संस्था

(रुपये हजारात)

| वर्ष | १९८३-८४ | १९८४-८५ | १९८५-८६ | १९८६-८७ |
|---------------------|---------|----------|----------|--------------|
| अ) होटसेल -- | | | | |
| १. संस्था संख्या | ५ | ५ | ५ | ६ |
| २. समासद संख्या | २५,२९५ | २६,००८ | २७,६७३ | ३१,४८९ |
| ३. भाग मॉडकल | ३,६६३ | ५,०८३ | ७,०३० | ७,१४६ |
| ४. विक्री | ८,७९५ | १,११,४२० | १,३२,६२९ | १,५५,४९५ |
| ५. नफा (रुपये) | ३९५ | ६२० | ६६८ | ८९९ |
| ६. तोटा (रुपये) | २५७ | ३४४ | २६५ | १६४ |
| ब) प्राथमिक | | | | |
| १. संस्था संख्या | ८५ | ९० | ९८ | १०२ |
| २. समासद संख्या | ४४,९४४ | ५२,१४७ | ७०.८०८ | ७४,१८६ |
| ३. भाग मॉडकल | ४,५१८ | ७,१७५ | ७,७१० | उपलब्ध नाही. |
| ४. विक्री | ७७,७२१ | ८४,८६१ | १,१७,९३१ | १,१८,६०० |
| ५. नफा (रुपये) | ७७६ | ८३४ | ६६८ | ८९९ |
| ६. तोटा (रुपये) | ११२ | ४२८ | ६१७ | १,५४९ |

तोटाको स्पष्टीकरण हे. प्रजाचा वेळी नफा आले तोटा काय ?
१९८२-८३ पर्यंत आसतावा नसलेला तोटा आसताना, ८३-८४ पासून
काय सुरु झाला ?

तक्ता क्रमांक १.१४

| ग्राहक संख्या | वर्ष १९८७-८८ |
|-------------------------------------|--------------|
| १. प्राथमिक ग्राहक व कॅन्टीन संस्था | १०७ |
| २. धाऊक संस्था | ६ |

संदर्भ : कोल्हापूर जिल्हातील सहकारी संस्था
सांख्यिकीय माहिती पुस्तिका । मधून
(तक्ता क्रमांक १:११, १:१२, १:१३, १:१४) मध्ये आकडेवारी
लिहिलेली आहे.

तक्ता क्रमांक १.१३ मध्ये १९८३-८४ ते १९८५-८६ मध्ये होलसेल संस्था ५ असून
१९८६-८७ , १ संस्था वाढल्याने त्यांची एकूण संख्या ६ इतकी आहे. सभासदामध्ये
६,१९४ इतकी वाढ झाली. तसेच भाग भांडवळामध्ये ३,४९३ रुपये वाढ झाल्याचे
दिसून येते. विक्री प्रमाणाही वाढत असल्याचे दिसून येते. नफ्याचे प्रमाणाच्या तुलनेने
तोटा अल्प आहे. खंदरीत अनुकूल वातावरण असल्याचे दिसून येते.

तसेच प्राथमिक संस्था १९८३-८४ ते १९८६-८७ अखेर ९६ संस्था वाढल्या. व
सभासद २९,२४२ इतके वाढले. भाग भांडवल ३,१४२ रुपयांनी वाढलेले आहे.

तक्ता क्रमांक १.१४ मध्ये १९८७-८८ या वर्षात १०७ प्राथमिक ग्राहक संस्था
व कॅन्टीन मिळून संस्थामध्ये वाढ झालेली आहे. धाऊक संस्था ६ आहेत.

वरील तक्ता क्रमांक १.११ ते १.१४ तक्ता क्रमांकातील आकडेवारीवरून असे
आढळते की कोल्हापूर जिल्हातील ग्राहक सहकारी संस्थामध्ये वाढ होत आहे.

