

प्रकरण - ६ वे
=====

सारांश आणि निष्कर्ष
=====

बार्षीची बाजारपेठ ही ज्वारीच्या विपणनासाठी अनेक वर्षांपासून प्रसिद्ध आहे. सोलापूर जिल्हा आणि बार्षी तालुका यांच्यादृष्टीने विशेष महत्वाच्या अशा या तृणधान्याची विपणन व्यवस्था कशी कार्य करते आहे त्याची सर्वांगीण माहिती घेणे हे प्रस्तुत अभ्यासाचे प्रयोजन आहे. त्यासाठी दुय्यम स्वरूपाच्या माहितीचा प्रामुख्याने उपयोग केला आहे. तसेच संकलनासाठी बार्षी कृषी उत्पादन बाजार समितीच्या वार्षिक अहवालाचा आणि कार्यालयीन माहितीचा वापर करण्यात आला आहे. कांही माहिती बाजार समितीचे कार्यवाह, सचिव, सहसचिव, सांख्यिक, निरीक्षक यांच्याशी चर्चा करून उपलब्ध झाली आहे. व्यापा-यांकडून हवी असलेली माहिती त्यांच्याशी प्रत्यक्ष चर्चा करून प्राप्त केली आहे. याशिवाय आवश्यक असणारी इतर माहिती बार्षीतील सहाय्यक निबंधक, सहकारी संस्था, बार्षी, नगरपालिका, तहसीलकचेरी व जिल्हा सांख्यिकी विभाग, सोलापूर यांच्या कार्यालयातून मिळविली आहे.

अभ्यासाचा विषय शेतीमालाच्या विपणनासंबंधी असल्याने प्रथमतः विपणी आणि बाजार म्हणजे काय आणि शेतीमालाच्या विपणनाची वैशिष्ट्ये व महत्त्व थोडक्यात स्पष्ट केले आहे. नंतर भारतातील कृषी विपणनाची सध्या: रिथती व त्यातील दोष स्पष्ट केले आहेत. नियोजन काळात शासनाने कृषी विपणनातील दोष दूर करण्यासाठी केलेल्या प्रयत्नांचाही आढावा घेण्यात आला आहे. यामध्ये प्रामुख्याने विनियमित बाजार पेठांची संख्या वाढविण्यावर भर देला आहे असे दिसून येते. १९५१ मध्ये देशात २८६ विनियमित

बाजारपेठा होत्या त्यात वाढ होऊन १९८७ मध्ये देशात ५,९४२ पर्यंत विनियमित बाजारपेठांची संख्या वाढली आहे. म्हणजे १९५१ ते १९८७ या ३६ वर्षांच्या काळात विनियमित बाजारांची संख्या ५,६५६ ने वाढली.

बांशी विनियमित बाजारपेठेचे प्रमुख उद्दिष्ट म्हणजे उघड लिलाव पद्धतीने शेतीमालाची किंमत ठरवणे व व्यापा-यांकडून शेतक-यांची केली जाणारी आर्थिक फसवणूक थांबवणे हे आहे. बांशीतील कृषी उत्पादन बाजार समितीने आपले हे उत्तरदायित्व कसे पार पाडले आहे हे तपासून पाहण्यासाठी बाजार आवारात सर्वाधिक प्रमाणात आवक होणा-या ज्वारी या शेतीमालाची निवड केली आहे. त्या अनुषंगाने कृषी उत्पादन बाजार समितीची स्थापना, विविध शेतीमालाची बांशीपेठेत होणारी आवक व किंमत यात होणारे बदल आणि त्यांची कारणमीमांसा, शेतीमाल प्रतवारी, आणि बाजार समितीकडून आकारले जाणारे शुल्क इत्यादी तपशीलाचा विचार केलेला आहे.

उपलब्ध सांख्यिकी तपशील आणि आनुषंगिक विविध माहितीवरून बांशी शहरातील ज्वारीच्या विपणन स्थितीबद्दल पुढील निष्कर्ष निघतात.

- (१) बांशी कृषी उत्पादन बाजार समितीच्या स्थापनेपासून आजपर्यंत अधिकाधिक वस्तूंचे विपणन विनियमित बाजारपेठेमार्फत करण्याचे प्रयत्न झाले आहेत. सुरुवातीला फक्त ४ वस्तू विनियमित होत्या. तर. १९८७-८८ मध्ये या वस्तूंची संख्या ३९ इतकी झाली.
- (२) बांशी बाजार आवारात ज्वारीसहित सर्व विनियमित शेतीमालाची किंमत उघड लिलाव पद्धतीने ठरवली जाते. त्यामुळे शेतीमालाची हत्ता पद्धतीने किंमत ठरविताना होणारी फसवणूक पूर्णपणे थांबली आहे.

- (३) बाशी बाजार आवारात महाराष्ट्र राज्य वखार महामंडळाने उपलब्ध करून दिलेल्या गुदामात शेतीमालाची साठवण व त्याच्या तारणावर कर्ज मिळण्याची सुविधा यामुळे शेतकऱ्यांची प्रतीक्षारक्षमता वाढण्यास मदत झाली आहे. ज्वारीचे मोठे उत्पादकच प्रामुख्याने या सोईचा फायदा घेतात.
- (४) बाशी बाजार आवारात ज्वारीच्या जुन्या ~~वखार~~ वाणाची आवक घटली असून नवीन संकरित वाणाची आवक मोठ्या प्रमाणावर वाढलेली आहे. यावरून अधिक उत्पादन देणा-या जातींच्या बियाणाचा वापर शेतकऱ्यांकडून वाढत्या प्रमाणात केला जात असल्याचे स्पष्ट होते.
- (५) बाशी बाजारात एकूण शेतीमालाच्या आवकेत आजही २३ टक्के आवक ही ज्वारीची आहे. त्यामुळे बाशी पेठ ही ज्वारीची बाजारपेठ म्हणून प्रसिद्ध आहे.
- (६) बाशीपेठेचे एक वैशिष्ट्य म्हणजे येथे फिरती तोलार व्यवस्था राबविली जाते. शेतीमाल तोलणारे तोलार हे विशिष्ट व्यापाऱ्यांच्या गटाकडे कायम रहात असून त्यांना बाजार समितीने ठरवल्याप्रमाणे दररोजी आळीपाळीने नवीन व्यापाऱ्यांकडे तोलाईसाठी जावे लागते. त्यामुळे व्यापारी व तोलार यांच्यात संगनमत होऊन शेतकऱ्यांची वजन मापात फसवणूक केली जाण्याची जी शक्यता असते ती दूर करण्याचा प्रयत्न केलेला आहे. याचा चांगला अनुभव शेतकऱ्यांना आलेला आहे.
- (७) बाशी बाजार समितीला जे बाजार शुल्क मिळते त्यामध्ये उच्च बाजाराचा महत्वाचा वाटा असून त्यातही ज्वारी विपणनापासून मिळणारा हिस्सा सर्वाधिक आहे.

- (८) बार्षी बाजार आवारात ज्वारीच्या विक्रीचे व्यवहार त्वरित पूर्ण करून शेतक-यांचे पैसे ताबडतोब दिले जातात. उपविधी मध्ये ठरवलेल्या आकाराशिवाय इतर आकार शेतक-याकडून आकारले जात नाहीत असे म्हटले जात असले तरी अजूनही शेतक-यांच्या मालातून सफाईदारास माल काढून दिला जातो. त्याची जास्त ~~इ~~ लहान शेतक-यांना पोचते.
- (९) बार्षी बाजार समितीच्या कार्यक्षेत्रात असणा-या येडशी-तडके या उपबाजाराचे, ती गावे उस्मानाबाद जिल्ह्यात वर्ग करण्यात आली असली तरी, व्यापारी संबंध पूर्वीसारखेच बार्षीपेठेशी होताना दिसतात. ज्वारीच्या उलाढालीत या उप-बाजाराला महत्वाचे स्थान आहे.

एकंदरीत, बार्षी बाजारपेठेचा एक चांगली विनियमित बाजारपेठ म्हणून आणि ज्वारी विपणनासाठी प्रसिद्ध असलेली बाजारपेठ म्हणून उल्लेख करता येईल. असे असले तरी, ^{ज्वारी} विपणनात काही उणीवा प्रकर्षाने जाणवल्या त्या पुढील प्रमाणे :

(१) मालाची आवक व ~~ख~~ रवानगी यांची बाजार आवाराच्या प्रवेशद्वारावर नियमितपणे नोंद केली जात नाही.

(२) बाजार आवाराबाहेर होणा-या व्यवहारावर मर्यादा घालण्यात बाजार समितीला अद्याप यश आले नाही.

(३) व्यापारी व हमाल संघटनांनी संप केल्यानंतर बाजार समितीला मालाच्या विक्रीची पर्यायी व्यवस्था करता येत नाही.

(४) बाजार आवारात शेतक-यांना निवासाची उडचण जाणवते. त्यासाठी निवास व्यवस्थेत वाढ करणे आवश्यक आहे.

(५) बाजार आवारात सर्वत्र खडी न टाकल्याने पावसाळ्यात दलदल निर्माण होते.

(६) बाजार आवारात मोकाट जनावरे आणि डुकरे यांच्या स्वेर संधाराचा बंदोबस्त केला गेलेला नसल्याने त्यांच्याकडून शेतीमालाची बरीच नासधूस होते.

(७) बाजार आवारात सुव्यवस्थित बांधलेल्या स्वच्छतागृहाची व्यवस्था नाही. त्यामुळे येणा-या शेतक-यांची बरीच गैरसोय होते.

(८) ज्वारीची विक्री करण्यापूर्वी प्रतवारी केली जात असली तरी अजूनही सुमारे २५ टक्के आवकेची विक्री प्रतवारी विना होताना आढळते. यासाठी बाजार समितीला काही विशेष प्रयत्न करायला हवेत. प्रतवारीविना विक्री केलेली ज्वारी बव्हंशी तुलनेने लहान शेतक-यांचीच असणार. त्यामुळे ज्याला बाजाराने मदतीचा हात द्यायला हवा तोच वर्ग या मदतीला पारखा होतो आहे. ज्वारीची संपूर्ण विक्री प्रतवारी नंतरच होईल याची बाजार समितीने दक्षता घ्यायला हवी.

(९) बार्शी बाजारपेठ ज्वारीच्या विपणनासाठी प्रसिद्ध असली तरी गेल्या दशकभरात बाजारात होणारी ज्वारीची आवक वेगाने घटत आहे. या प्रवृत्तीकडे बाजार समिती आणि व्यापारी वर्ग यांनी गंभीरपणे लक्ष दिलेले नाही. ज्वारीखालील जमिनीचे क्षेत्र आणि ज्वारीची उत्पादकता वाढलेली असूनही ज्वारीच्या वार्षिक आवकेत घटती प्रवृत्ती का दिसावी ? या घटनेची केवीच दखल न घेतल्यास भविष्यात बार्शीचा पूर्वापार असलेला नावलौकिक कमी होईल अशी भीती वाटते.

(१०) बाजार आवारातील वखार महामंडळाची साठवण सुविधा ज्वारी उत्पादकाकडून वापरली जाते. त्यापेक्षा ब-याच अधिक प्रमाणात ती

व्यापारी वर्गाकडून वापरली जाते. त्याचप्रमाणे, शेतकऱ्यांच्या वापरातही घटती प्रवृत्ती अलिकडच्या काही वर्षांत दिसायला लागली आहे. . . यामुळे साठवण सुविधा बाजार आवारातच पुरविण्याचा हेतू सफल होत नाही. याचीही काळजीपूर्वक विचार व्हायला हवा.

सारांश, बांशीची ज्वारीची बाजारपेठ पूर्वीइतकी उलाढाल करणारी गजबजलेली बाजारपेठ राहिली नाही. ज्वारीची आवक घटती प्रवृत्ती दाखवत असल्याने हा परिणाम दिसतो. तथापि ही प्रवृत्ती रोखण्यासाठी बाजार समितीने पाउले उचलल्यास या पेठेचे महत्त्व टिकून राहील. सुदैवाने बांशीचे बाजार आवार बरेचसे विकसित आहे, तिथे बाजार समितीने चांगल्या प्रथा रूढल्या आहेत, व्यापारी वर्गाची परंपरा व्यापारवृद्धीला पोषक आहे आणि अजूनही इथल्या ज्वारीला स्थानिक आणि बाहेरच्या ठिकाणाहून मागणी येते. या अनुकूलतेचा फायदा पुरेपूर उठवण्यासाठी यापूर्वी निर्देशित केलेल्या त्रुटी दूर करण्याचा प्रयत्न बाजार समितीने केला पाहिजे.

= 0= 0= 0= 0= 0=