

अध्याय - 19

उपभोक्ता जागरूकता

हम पढ़ेंगे



- 19.1 उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता
- 19.2 उपभोक्ता शोषण के प्रकार
- 19.3 उपभोक्ता शोषण के कारण
- 19.4 उपभोक्ता शोषण का निदान
- 19.5 उपभोक्ता आन्दोलन
- 19.6 उपभोक्ता के अधिकार एवं कर्तव्य

उपभोक्ता एवं उत्पादक एक ही सिक्के के दो पहलू होते हैं। एक वस्तुओं का उत्पादन करके उनका विक्रय करता है तो दूसरा उन्हें क्रय करके उनका उपभोग करता है। व्यक्ति उत्पादक हो या न हो पर उपभोक्ता तो प्रत्येक व्यक्ति होता ही है। जब भी कोई व्यक्ति अपनी आवश्यकता की संतुष्टि हेतु अंतिम वस्तुओं एवं सेवाओं को खरीदता है उसी समय उसकी भागीदारी बाजार में हो जाती है। इस प्रकार **एक उपभोक्ता वह व्यक्ति है जो बाजार से वस्तु खरीदता है।**

पूँजीवाद एवं वैश्वीकरण के इस युग में प्रत्येक उत्पादक का प्रमुख उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना होता है। उत्पादक हर सम्भव तरीके से अपने उत्पाद की बिक्री बढ़ाने में लगे हुए हैं। अतः अपने उद्देश्य की पूर्ति करते हुये वे उपभोक्ताओं के पक्ष को भूल जाते हैं और उनका शोषण करते हैं। उदाहरण के लिये – कम वजन तौलना, अधिक कीमत वसूलना, मिलावटी एवं दोषपूर्ण वस्तुएँ बेचना, भ्रमित विज्ञापन देकर उपभोक्ताओं को गुमराह करना आदि। इस प्रकार उपभोक्ता बाजार में ठगा न जा सके इसके लिए उसे जागरूक बनाना आवश्यक है। इस प्रकार **उपभोक्ता जागरूकता से आशय उपभोक्ता को अपने अधिकारों एवं कर्तव्यों के प्रति जागरूक करने से है।**

19.1 उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता

अनेक बार यह देखा गया है कि उपभोक्ता को बाजार में सही वस्तुएँ एवं सेवाएँ प्राप्त नहीं होती हैं। उससे बहुत ही अधिक कीमत ले ली जाती है या मिलावटी या कम गुणवत्ता वाली वस्तुएँ बेच दी जाती हैं। फलतः यह आवश्यक है कि उसे जागरूक किया जाए। उपभोक्ता को जागरूक बनाने की आवश्यकता निम्नलिखित बातों से स्पष्ट हो जाती है –

1. **अधिकतम सन्तोष प्राप्त करना** – प्रत्येक व्यक्ति की आय सीमित होती है। वह अपनी आय से अधिक वस्तुएँ एवं सेवाएँ खरीदना चाहता है। इससे ही उसे पूर्ण सन्तुष्टि प्राप्त होती है। अतः यह आवश्यक है कि उसे वस्तुएँ सही माप तौल के अनुसार प्राप्त हों और उसके साथ किसी भी प्रकार की धोखाधड़ी न हो। इसके लिए उसे जागरूक बनाना आवश्यक है।

2. **उत्पादकों के शोषण से बचाव** – उत्पादक एवं विक्रेता उपभोक्ताओं का कई प्रकार से शोषण करते हैं, जैसे – कम तौलना, अधिक कीमत लेना, बिल न देना, मिलावट करना, नकली वस्तु देना आदि। बड़ी-बड़ी कम्पनियाँ भी अपने विज्ञापनों से उपभोक्ताओं को भ्रमित करती हैं। उपभोक्ता जागरूकता ही उन्हें उत्पादकों एवं विक्रेताओं के शोषण से बचाती है।

3. **हानिकारक वस्तुओं के उपयोग पर रोक** – बाजार में अनेक ऐसी वस्तुएँ भी उपलब्ध रहती हैं जो कुछ उपभोक्ताओं को हानि पहुँचाती हैं। उदाहरण के लिए सिगरेट, तम्बाकू, शराब आदि को लिया जा सकता है। उपभोक्ता शिक्षा एवं जागरूकता ऐसी वस्तुओं को न खरीदने की प्रेरणा देती है। इससे उन्हें बहुत लाभ होता है।

4. **बचत की प्रेरणा** – उपभोक्ता जागरूकता व्यक्तियों को फिजूल खर्चों तथा अपव्यय से रोकती है और उसे सही निर्णय लेने की प्रेरणा देती है। ऐसे उपभोक्ता सेल, छूट, मुक्त उपहार, आकर्षक पैकिंग आदि के

लालच में नहीं फँसते। इससे वे अपनी आय का सही उपयोग करने एवं अधिक बचत करने में सफल रहते हैं।

5. समस्याओं के समाधान की जानकारी - अशिक्षा, अज्ञानता एवं जानकारी के अभाव में उपभोक्ता वर्ग धोखा खा जाता है। अतः आवश्यक है कि उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों की जानकारी दी जावे जिससे वे उत्पादकों एवं विक्रेताओं द्वारा ठगे न जाए। उपभोक्ता जागृति के द्वारा उन्हें कानूनी प्रक्रिया से भी अवगत कराया जाता है जिससे वे अपनी समस्याओं को हल कर सकें।

6. स्वस्थ समाज का निर्माण - समाज का प्रत्येक व्यक्ति उपभोक्ता होता है। अतः यदि उपभोक्ता जागरुक एवं विवेकशील है, तब सम्पूर्ण समाज भी स्वस्थ और अपने अधिकारों के प्रति सचेत हो जाता है। ऐसी स्थिति में उत्पादकों और विक्रेताओं द्वारा उपभोक्ताओं को ठगना या धोखा देना सम्भव नहीं होता है।

19.2 उपभोक्ता शोषण के प्रकार

अर्थव्यवस्था में व्यापारिक कार्यकलापों के विस्तार एवं अनेक प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं की उपलब्धता के कारण आज उपभोक्ता को सही वस्तु के चयन में कठिनाई होती है। उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिये कंपनियाँ आकर्षक विज्ञापन एवं जानकारी भी देती हैं किंतु कई बार जानकारी पूरी एवं उचित नहीं होती। अतः उपभोक्ता ठगे जाते हैं और उनका शोषण होता है। सामान्यतः उपभोक्ताओं का शोषण निम्नलिखित प्रकार से किया जाता है -

● **ऊँची कीमतें** - प्रायः दुकानदार निर्धारित फुटकर कीमत से अधिक मनमानी कीमत ले लेते हैं। आपने भी अनुभव किया होगा कि हम एक दुकान से महँगी वस्तु खरीद लेते हैं और वही वस्तु दूसरी किसी दुकान में कम दाम में मिल जाती है। यदि हम छपी कीमत दिखाते हैं तो वह कई कारण बता देता है, जैसे-स्थानीय कर आदि।

● **घटिया गुणवत्ता** - कई बार हमारे द्वारा खरीदा गया सामान घटिया किस्म का होता है, जैसे- कई दवाईयों की अंतिम तिथि (Expired date) निकल चुकी होती है। कई बार बिजली के उपकरण या तो स्वयं जल जाते हैं अथवा उपभोक्ता को करंट से जला देते हैं। इस प्रकार खरीददार उपभोक्ता ठगा जाता है और उसका शोषण होता है।

● **मिलावट एवं अशुद्धता** - मिलावट का अर्थ है वस्तु में कुछ सस्ती वस्तु का मिला देना। इससे कई बार उपभोक्ता के स्वास्थ्य को हानि होती है। चावल में सफेद कंकड़, मसालों में रंग, तुअर दाल में खेसरी दाल तथा अन्य महँगे खाद्य पदार्थ, जैसे- धी, तेल आदि में हानिकारक वस्तुओं की मिलावट आदि अधिक लाभ कमाने के उद्देश्य से की जाती है। कई बार तो लोग मिलावटी खाद्य पदार्थों के उपभोग करने से हाथ-पैर से लाचार भी हो जाते हैं।

● **गलत एवं अधूरी जानकारी** - उत्पादक एवं विक्रेता कई बार ग्राहकों को गलत अथवा अधूरी जानकारी देते हैं। इससे ग्राहक गलत वस्तु खरीदकर फंस जाते हैं और उनका पैसा बेकार चला जाता है। वस्तु की कीमत, गुणवत्ता, अंतिम तिथि, पर्यावरण पर प्रभाव क्रय की शर्तें आदि के विषय में सम्पूर्ण जानकारी नहीं दी जाती है। वस्तु को खरीदने के बाद उपभोक्ता परेशान होता रहता है।

● **कृत्रिम अभाव, काला बाजारी एवं जमाखोरी** - कभी-कभी त्योहार, पर्व आदि के समय व्यापारी नाजायज लाभ कमाने के लिये वस्तुओं की जमाखोरी कर, वस्तु का कृत्रिम अभाव उत्पन्न कर देते हैं और फिर कालाबाजारी के द्वारा अधिक कीमतें वसूलते हैं। कई बार व्यापारी मना कर देते हैं कि फलां वस्तु हैं ही नहीं। किन्तु, बाद में ग्राहक के बार-बार कहने पर दुगनी कीमत पर वही वस्तु उपलब्ध करा देते हैं। मिट्टी तेल, चीनी आदि इसी प्रकार की वस्तुएँ हैं जिनका विक्रेता अभाव बता कर अधिक कीमत वसूलते हैं।

● **माप तौल में गड़बड़ी** - माप तौल में विक्रेता कई प्रकार से गड़बड़ियाँ करते हैं, जैसे बाट के तले का खोखला करना, उसका बजन बांछित से कम होना, बाट के स्थान पर पत्थर का उपयोग करना, लीटर के पैमाने का तला नीचे से मोटा या ऊपर की ओर उठा हुआ होना, तराजू के पलड़े के नीचे चुंबक लगा देना आदि। इस तरह उपभोक्ता जितना भुगतान करता है उसके बदले में उसे वस्तु उचित मात्रा में प्राप्त नहीं होती है।

● **बिक्री के बाद प्रदान की जाने वाली सेवाओं का असंतोषजनक होना** - जब तक उपभोक्ता वस्तु खरीद नहीं लेता, उसको तरह-तरह से लालच एवं बाद में प्रदान की जाने वाली सेवाओं का आकर्षण दिया जाता है। किंतु बाद में सेवाएँ उचित समय में प्रदान नहीं की जाती है तथा उपभोक्ताओं की समस्याओं पर कोई ध्यान नहीं दिया जाता है। परिणामस्वरूप उपभोक्ता परेशान होता रहता है।

● **दुर्व्यवहार एवं अनावश्यक शर्तें** - बैंक, कर्ज देने वाली संस्थाएँ आदि उपभोक्ता को वित्तीय सेवाएँ देती हैं, परन्तु जमाकर्ताओं एवं कर्जदारों के साथ बैंकस्टाफ सहयोग नहीं करता। कई बार इनके साथ दुर्व्यवहार भी किया जाता है। इसी प्रकार गैस कनेक्शन, नई टेलीफोन लाइन, लाईसेंस शुदा सामान आदि प्राप्त करते समय विक्रेता अनावश्यक शर्तें लगाकर उपभोक्ताओं को परेशान करते हैं। उपभोक्ता अपने आप को बेबस एवं फंसा हुआ महसूस करता है।

19.3 उपभोक्ता शोषण के कारण

बाजार में उपभोक्ता क्यों ठगा जाता है, क्यों वह शोषण का शिकार हो जाता है, यह एक चिंतनीय प्रश्न है। हम सब उपभोक्ता हैं। हमारा शोषण न हो सके, इसके लिए यह जानना आवश्यक हो जाता है कि शोषण के कारण क्या हैं? इन कारणों की जानकारी के बाद ही हम उनसे बचने का तरीका ढूँढ़ सकते हैं। उपभोक्ता शोषण के प्रमुख कारण निम्नलिखित हैं -

1. **अज्ञानता** - उपभोक्ताओं के शोषण का प्रमुख कारण उनकी अज्ञानता है। कई उपभोक्ताओं को वस्तु की कीमत, गुणवत्ता, उससे संबंधित सेवा आदि के विषय में जानकारी ही नहीं होती है और वे विक्रेता की बताई बातों पर विश्वास कर वस्तु खरीदकर फंस जाते हैं और शोषित होते हैं।

2. **सीमित जानकारी** - वैश्वीकरण के इस युग में बाजार अनेक प्रकार के उत्पादों से भरा पड़ा है। उत्पादक उत्पादन करने हेतु स्वतंत्र हैं। गुणवत्ता एवं मूल्य निर्धारण के कोई निश्चित नियम नहीं हैं। वस्तु के अनेक पहलूओं जैसे - मूल्य, गुण, संरचना, प्रयोग की शर्तें, क्रय के नियम आदि की उपयुक्त एवं पूर्ण जानकारी का अभाव होता है। अतः उपभोक्ता गलत चुनाव करके अपना आर्थिक नुकसान कर बैठते हैं।

3. **एकाधिकार** - एकाधिकार का अर्थ है कि किसी वस्तु के उत्पादन एवं वितरण पर किसी एक उत्पादक अथवा एक उत्पादक समूह का अधिकार होना। एकाधिकार की स्थिति में उत्पादक कीमतों एवं वस्तु की गुणवत्ता तथा उपलब्धता के संबंध में मनमानी करते हैं। फलतः वे उपभोक्ताओं का शोषण करने में सफल हो जाते हैं।

4. **बाजार के प्रति उपभोक्ताओं की उदासीनता** - उपभोक्ताओं की एक बड़ी संख्या ऐसी भी है जो खरीदारी के प्रति उदासीनता बरतते हैं, जैसे- क्या करना है, सब ठीक है, रसीद लेकर क्या करना है, दुकानदार ने जो दिया है वह अच्छा ही होगा, चीजें सस्ती सुंदर टिकाऊ होना चाहिये, आई.एस.आई और एगमार्क जैसे चिन्ह की क्या आवश्यकता है, आदि कुछ ऐसी बातें हैं जो बहुत से उपभोक्ता सोचते हैं। उनकी इस उदासीनता का पूरा फायदा विक्रेता उठाते हैं और उपभोक्ताओं का शोषण करने में सफल हो जाते हैं।

5. **टेली मार्केटिंग** - आज कम्प्यूटर के युग में टेली-मार्केटिंग का चलन हो गया है। टी.वी. पर आपने भी विज्ञापन देखे होगें। वस्तु के संबंध में जानकारी देकर कीमत भी बता दी जाती है। उपभोक्ता पैसे भेजकर पासेल से वस्तु प्राप्त करता है। परंतु बहुत बार इस सौंदे से उपभोक्ता स्वयं को ठगा महसूस करता है। महँगे-

महँगे उत्पाद वो झाँसे में आकर मंगा लेता है परंतु उसका उसे वांछित लाभ प्राप्त नहीं होता है।

6. आकर्षक एवं भ्रामक विज्ञापन - टी.वी. रेडियो, पत्र-पत्रिकाओं एवं समाचार पत्रों में बहुत ही आकर्षक विज्ञापन उपभोक्ता पढ़ते एवं देखते हैं। उदाहरणार्थ-15 दिन में रंग गोरा कर देना, चेहरे से ढुर्रियाँ गायब करना, लंबे-काले बाल होना आदि के विज्ञापन इसी प्रकार के होते हैं। विज्ञापन इतने अधिक आकर्षक होते हैं कि लोग झाँसे में आकर इसे खरीदते हैं और मूर्ख बन जाते हैं।

7. अशिक्षा एवं संतोष की भावना - जब उपभोक्ता अशिक्षित होते हैं तो उन्हें विक्रेता बहुत सरलता से ठग लेते हैं। मार्क से मिलते जुलते शब्दों को ब्रॉडेड बताकर दुकानदार हल्की वस्तुओं को बेच देते हैं, जैसे गोदरेज के स्थान पर गोदराज लिखा हो तो स्थानीय उत्पादक उसको गोदरेज की कीमत पर बेच देते हैं। उपभोक्ता भी कई बार संतोषी होते हैं कि हो गया नुकसान तो हो गया या भाग्य में यही था अब कौन लड़ने जागड़ने जाय। इस सोच से भी उपभोक्ता शोषण का शिकार बनते हैं। विक्रेता भी उनकी इस मनोवृत्ति को जानते हैं और धड़ले से शोषण करते हैं।

19.4 उपभोक्ता शोषण का निदान

एक उपभोक्ता के रूप में शोषण से बचने के प्रमुख उपाय निम्नलिखित हैं -

- उपभोक्ता शिक्षा** - शोषण से निदान का सबसे महत्वपूर्ण उपाय उपभोक्ता शिक्षा एवं जागरूकता है। सरकार ने उपभोक्ताओं के संरक्षण के अनेक कानून बनाएँ हैं। किन्तु, यह देखा गया है कि जन-सामान्य को इनकी जानकारी नहीं है। अतः उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों की समुचित शिक्षा दी जानी चाहिए।

- मानकीकृत वस्तुओं का क्रय** - बाजार में अनेक प्रकार की वस्तुएँ उपलब्ध रहती हैं। किन्तु शोषण से बचने के लिए उपभोक्ताओं को हमेशा मानकीकृत वस्तुएँ ही खरीदना चाहिए। **आई.एस.आई., एगमार्क** एवं **हॉलमार्क** वाले चिन्हों की वस्तुएँ मानकीकृत होती हैं।

- कैश मेमो या रसीद प्राप्त करना** - किसी वस्तु को खरीदने के साथ ही उसका कैश मेमो लेना बहुत आवश्यक है। इससे वस्तु के खराब निकलने या घटिया होने अथवा निर्धारित समय के पूर्व ही खराब हो जाने की स्थिति में कानूनी कार्यवाही की जा सकती है।

- विज्ञापनों के बहकावे में न आना** - बड़ी-बड़ी कम्पनियाँ अपने उत्पादों का दूरदर्शन एवं अन्य माध्यमों से आकर्षक विज्ञापन करते हैं। विज्ञापनों को इस प्रकार से दिखाया जाता है कि उपभोक्ता पर मनोवैज्ञानिक प्रभाव पड़ता है और वे वस्तु खरीदने के लिए तत्पर हो जाते हैं। किन्तु, वास्तविकता यह है कि उपभोक्ताओं को विज्ञापनों से सावधान रहना चाहिए। वस्तु को खरीदने से पूर्व उसकी गुणवत्ता, कीमत एवं मात्रा आदि की पूर्ण जाँच कर लेनी चाहिए।

- सामूहिक रूप से शिकायत करना** - एक अकेला उपभोक्ता, उत्पादक एवं विक्रेता के विरुद्ध कुछ नहीं कर सकता। किन्तु यदि सामूहिक रूप से शिकायत की जाए तो वह अधिक प्रभावी होती है।

- खराब होने की तिथि की जाँच** - जब हम कोई दवा खरीदते हैं तो खराब होने की अन्तिम तिथि जरुर देख लेना चाहिए। इस तिथि के बाद वह दवा प्रभावी नहीं रहती और उसके बुरे प्रभाव भी सम्भावित होते हैं। यही स्थिति डिब्बा बन्द खाद्य पदार्थों की है। अतः वस्तु के खरीदने के पूर्व खराब होने की तिथि देख लेना आवश्यक है।

19.5 उपभोक्ता आन्दोलन

उपभोक्ता आन्दोलन का प्रारम्भ उपभोक्ताओं के असन्तोष के कारण हुआ है। उपभोक्ताओं में असन्तोष के अनेक कारण थे, जैसे - खाद्य पदार्थों की कमी, जमाखोरी, कालाबाजारी, मिलावट आदि। इन समस्याओं से निपटने के लिए सबसे पहले सन् 1955 में '**आवश्यक वस्तु अधिनियम**' पारित किया गया। इस अधिनियम के द्वारा

आवश्यक वस्तुओं के उत्पादन, वितरण, मूल्य एवं आपूर्ति को नियंत्रित करने का प्रयास किया गया। इसके बाद वस्तुओं की नाप-तौल को व्यवस्थित करने के लिए सन् 1976 में बाट एवं माप मानक अधिनियम पारित किया गया।

तदुपरान्त सन् 1986 में भारत सरकार द्वारा '**उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम**' पारित किया गया। यह अधिनियम कोपरा (COPRA) के नाम से प्रसिद्ध है। इस कानून का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की शिकायतों को तुरन्त निपटाने तथा कानूनी प्रक्रिया को सरल बनाना है। कोपरा के अन्तर्गत उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए जिला, राज्य एवं राष्ट्रीय स्तरों पर एक त्रिस्तरीय न्यायिक तंत्र स्थापित किया गया है। जिला स्तर का न्यायालय 20 लाख तक के दावों से सम्बन्धित मुकदमों पर विचार करता है। राज्य स्तरीय अदालतों में 20 लाख से एक करोड़ तक के मामलों की सुनवाई की जाती है। राष्ट्रीय स्तर की अदालतें एक करोड़ से ऊपर की दावेदारी से सम्बन्धित मुकदमों को देखती हैं।

उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम ने भारत में उपभोक्ता आन्दोलन को व्यापक बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। ये अदालतें उपभोक्ताओं के विवादों को निपटाने के साथ-साथ उनका मार्गदर्शन भी करती हैं। भारत सरकार के 'उपभोक्ता मामलों के विभाग' ने भी उपभोक्ता को जागरूक बनाने के लिए अनेक योजनाएँ चलाई हैं, जैसे देश के प्रत्येक जिले में उपभोक्ता संगठन एवं स्कूलों में उपभोक्ता क्लबों की स्थापना करना। उपभोक्ता अधिकारों के प्रति जागरूकता लाने के लिए विभिन्न स्तरों पर जागृति शिविरों का भी आयोजन किया जाता है। **24 दिसंबर को भारत में राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रूप में मनाया जाता है।**

भारत में उपभोक्ता आन्दोलन के परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं में अपने अधिकारों के प्रति काफी चेतना आई है। आज देश में 700 से अधिक उपभोक्ता संगठन कार्यरत हैं। किन्तु, उपभोक्ताओं की उदासीनता के कारण प्रभावी एवं मान्यता प्राप्त संगठनों की संख्या बहुत कम है।

19.6 उपभोक्ता के अधिकार एवं कर्तव्य

उपभोक्ताओं को बाजार से अच्छी वस्तु एवं सेवाएँ क्रय करने का अधिकार है। विक्रेता या उत्पादक उसे किसी भी प्रकार से धोखा न दे सके, इसके लिए उसे कानून द्वारा संरक्षण दिया गया है। सामान्यतः उपभोक्ता को निम्नलिखित अधिकार प्राप्त हैं -

1. सुरक्षा का अधिकार - उत्पादकों के लिए यह आवश्यक है कि वे उपभोक्ताओं की सुरक्षा से सम्बन्धित नियमों का पालन करें। कारण यह है कि यदि उत्पादक इन नियमों का पालन नहीं करते हैं तो उपभोक्ता को भारी जोखिम उठाना पड़ सकती है। उदाहरण के लिए, प्रेशर कुकर में एक सेफ्टी वॉल्व होता है, जो यदि खराब हो तो भयंकर दुर्घटना सम्भव हो सकती है। सेफ्टी वॉल्व के निर्माता को इसकी उच्च गुणवत्ता सुनिश्चित करनी चाहिए। यदि निर्माता ऐसा नहीं करते हैं तो उपभोक्ता कानून का सहारा ले सकते हैं।

2. वस्तुओं और सेवाओं की जानकारी का अधिकार - जब हम कोई वस्तु खरीदते हैं तब यह पाते हैं कि उसके पैकेट पर कुछ खास जानकारियाँ लिखी हुई होती हैं। जैसे - उस वस्तु की बैच संख्या, निर्माण की तारीख, खराब होने की अन्तिम तिथि और वस्तु बनाने का पता आदि। जब हम कोई दवा खरीदते हैं तो उस दवा के अन्य प्रभावों और खतरों से सम्बन्धित निर्देश भी प्राप्त कर सकते हैं। जब हम कपड़े खरीदते हैं, तब हमें धुलाई से सम्बन्धी निर्देश भी प्राप्त करने चाहिए। इन जानकारियों को देने की आवश्यकता इसलिए है कि उपभोक्ता जिन वस्तुओं और सेवाओं को खरीदता है, उसके बारे में सूचना पाने का अधिकार है।

भारत सरकार ने वर्ष 2005 को सूचना प्राप्त करने का अधिकार (राइट टू इनफॉरमेशन) के नाम से जाने जाना वाला कानून बनाया है। यह कानून सरकारी विभागों के कार्य-कलापों की सभी सूचनाएँ पाने के अधिकार को सुनिश्चित करता है। उपभोक्ताओं को उपभोक्ता शिक्षा प्राप्त करने का भी अधिकार है।

3. चयन का अधिकार - जब कोई उपभोक्ता किसी वस्तु या सेवा को खरीदता है तो उसे चुनने का अधिकार होता है। मान लीजिए कि आप गैस कनेक्शन खरीदते हैं और गैस डीलर आपको साथ में चूल्हा भी खरीदने के लिए दबाव डालता है। किन्तु आप केवल गैस कनेक्शन खरीदना चाहते हैं और चूल्हे की आपको आवश्यकता नहीं है। इस स्थिति में आपके चुनने के अधिकार का उल्लंघन होता है। कारण यह है कि जो चीज आप खरीदना नहीं चाहते, उसे खरीदने के लिए विक्रेता आपको विवश करता है। ऐसी स्थिति में आप विक्रेता के विरुद्ध कानूनी कार्यवाही कर सकते हैं।

4. क्षतिपूर्ति का अधिकार - उपभोक्ता को अनुचित सौदेबाजी और शोषण के विरुद्ध क्षतिपूर्ति निवारण का अधिकार है। इसे एक उदाहरण के द्वारा सरलता से समझा जा सकता है। एक व्यक्ति केरल के एक निजी चिकित्सालय में टाँसिल निकलवाने के लिए भर्ती हुआ। एक ई.एन.टी. सर्जन ने सामान्य बेहोशी की दवा देकर टाँसिल निकालने के लिए आपरेशन किया। अनुचित बेहोशी के कारण व्यक्ति में दिमागी असामान्यता के लक्षण आ गए, जिसके कारण वह जीवन भर के लिए अपंग हो गया। उपभोक्ता विवाद निवारण समिति ने अस्पताल को चिकित्सा में लापरवाही का दोषी पाया और क्षतिपूर्ति देने का निर्देश दिया। इस प्रकार स्पष्ट है कि यदि एक उपभोक्ता को कोई क्षति पहुँचाई जाती है, तो उसे क्षति की मात्रा के आधार पर क्षतिपूर्ति पाने का अधिकार होता है।

उपभोक्ता के कर्तव्य

शासन के प्रयासों के अतिरिक्त, उपभोक्ता को स्वयं भी कुछ कर्तव्यों एवं उत्तरदायित्वों का पालन करना चाहिए। इस प्रकार दो तरफा प्रयासों से ही उपभोक्ता शोषण से बच सकते हैं। उपभोक्ताओं के निम्नलिखित कर्तव्य हैं-

1. बिल, रसीद, गारंटी कार्ड आदि लेना एवं उन्हें सम्भाल कर रखना।
2. वस्तु की पूर्ति के अनुसार ही उपभोग में वृद्धि या कमी करना।
3. उपभोक्ता संरक्षक नियमों की जानकारी रखना।
4. कालाबाजारी एवं तस्करी को हतोत्साहित करना।
5. वास्तविक समस्या की शिकायत अवश्य करना चाहिये चाहे वस्तु कितने ही कम मूल्य की क्यों न हो। इससे विक्रेताओं के ठगने की प्रवृत्ति हतोत्साहित होती है।
6. आई.एस.आई., एफ.पी.ओ., एगमार्क एवं बूलमार्क जैसे चिन्हों को देखकर वस्तुएँ खरीदना।

भारत सरकार ने कुछ ऐसी संस्थाओं का गठन किया है जो वस्तुओं की गुणवत्ता को प्रमाणित करती हैं। कृषि उत्पादों के लिए एगमार्क एवं औद्योगिक तथा उपभोक्ता वस्तुओं के लिए आई.एस.आई. चिन्ह दिया गया है। इसी प्रकार ऊन एवं ऊनी वस्त्रों की गुणवत्ता के लिए बूलमार्क एवं स्वर्ण आभूषणों के लिए हॉलमार्क के द्वारा प्रमाणित किया जाता है। धोखाधड़ी से बचने के लिए उपभोक्ताओं को इन चिन्हों वाली वस्तुएँ ही खरीदना चाहिए।

उपभोक्ताओं को शोषण से बचाने के लिए जो प्रयास किए जा रहे हैं, उन्हें और बढ़ाने की आवश्यकता है। ग्रामीण एवं अर्ध-शहरी क्षेत्रों में उपभोक्ता जागरूकता अभी भी यह एक जटिल समस्या बनी हुई है। इन क्षेत्रों में बाजारों के कार्य करने के नियमों एवं कानूनों का पूर्णरूप से पालन नहीं होता। अधिकांश विक्रेता वस्तुओं की खरीदी के समय रसीद नहीं देते। ऐसी स्थिति में शोषण के विरुद्ध प्रमाण जुटाना कठिन हो जाता है।

इसके साथ ही देश में उपभोक्ताओं के शोषण के निवारण की प्रक्रिया भी जटिल है। यह व्यवस्था खर्चीली होने के साथ-साथ बहुत धीमी गति से चलती है। कई बार तो उपभोक्ताओं को वकीलों का सहारा लेना पड़ता है। ये मुकदमें अदालती कार्यवाही में शामिल होने और आगे बढ़ने में काफी समय लेते हैं। अतः कानूनी प्रक्रिया को सरल एवं व्यावहारिक बनाने की दिशा में सोचा जाना चाहिए।

भारत जैसे विकासशील देश में उपभोक्ताओं को शोषण से बचाने में सरकार के साथ-साथ स्वयंसेवी संगठनों का भी महत्वपूर्ण स्थान है। उपभोक्ताओं को जागरुक बनाने कि दिशा में ये संस्थाएँ महत्वपूर्ण कार्य कर सकती हैं। इसके साथ ही यह भी आवश्यक है कि उपभोक्ता स्वयं अपने अधिकारों को समझे और उपभोक्ता आन्दोलन में अपना सक्रिय योगदान देने के लिए आगे आए।



उपभोक्ता जागरूकता - उपभोक्ता जागरूकता से आशय उपभोक्ता का अपने अधिकारों एवं कर्तव्यों के प्रति जागरूक होना।

एकाधिकार

- जब किसी वस्तु का उत्पादन या विक्रय केवल किसी एक व्यक्ति या एक संस्था द्वारा किया जाता है।

- कषि उत्पादों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।

आई.एस.आई. मार्क - औद्योगिक एवं उपभोक्ता वस्तुओं की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।

बूल मार्क - उन या उनी वस्त्रों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।

हॉल मार्क - स्वर्ण आभूषणों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।

मानवीकृत वस्तुएँ - ऐसी वस्तुएँ जो श्रेष्ठ गुणवत्ता के लिए सरकार द्वारा गठित संस्थाओं द्वारा प्रमाणित हैं।

टेली मार्केटिंग - दूरसंचार तकनीकी के माध्यम से वस्तुओं एवं सेवाओं का क्रय-विक्रय करना।

ब्रांडेड वस्तुएँ - ऐसी कंपनियाँ या उत्पादक जिनके उत्पादों को प्रायः गुणवत्तापूर्ण माना जाता है।

कोपरा (COPRA) - उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम, 1986 को कोपरा के नाम से भी जाना जाता है। इस अधिनियम के अन्तर्गत उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तरों पर एक त्रिस्तरीय न्यायिक तंत्र स्थापित किया गया है।

अभ्यास

सही विकल्प चुनिए

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| (i) आभूषणों के लिए | (ii) कृषि उत्पादों के लिए |
| (iii) ऊनी वस्त्रों के लिए | (iv) बिजली के उपकरणों के लिए |

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए

1. आई.एस.आई स्तर का मानक है।
2. बिजली के उपकरणों पर का चिह्न रहता है।
3. मिलावटी खाद्य पदार्थ के विरुद्ध उपभोक्ताओं को अधिकार प्राप्त है।
4. वस्तु की पूर्ति होते हुये उसका अभाव बताना कहलाता है।
5. एगमार्क संबंधी उत्पादों पर लगाया जाता है।

सही जोड़ी बनाईज़ये

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. मानकीकरण | औद्योगिक वस्तुएँ |
| 2. आई.एस.आई. | त्रिस्तरीय व्यवस्था |
| 3. उपभोक्ता शोषण | भारतीय मानक संस्थान |
| 4. उपभोक्ता जागरूकता | कालाबाजारी |
| 5. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम | जीवन स्तर में वृद्धि |

अतिलघुत्तरीय प्रश्न

1. वस्तु या सेवा के खरीदार को क्या कहते हैं?
2. उपभोक्ता शोषण से क्या आशय है?
3. उपभोक्ता शोषण के दो प्रकार बताइये।
4. सिनेमा की टिकिट को उसकी निर्धारित कीमत से अधिक कीमत पर बेचना क्या कहलाता है?
5. वस्तु के संबंध में सीमित जानकारी प्राप्त होने का क्या परिणाम होता है।
6. एकाधिकार क्या है?
7. राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस कब मनाया जाता है?

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. उपभोक्ता जागरूकता का आशय उदाहरणों के द्वारा स्पष्ट कीजिए।
2. उपभोक्ता जागरूकता अराजकता तथा हानिकारक उपभोग पर रोक लगाने में किस प्रकार सहायक है?
3. आई.एस.आई. क्या है?
4. उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम क्या है, लिखिए।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता एवं महत्व बताईए।
2. उत्पादक एवं व्यापारी उपभोक्ताओं का शोषण किस प्रकार करते हैं? व्याख्या कीजिए।
3. उपभोक्ता का शोषण क्यों होता है? कारणों की व्याख्या कीजिए।
4. वस्तुओं के मानकीकरण का क्या अर्थ है? विभिन्न उत्पादों के मानकीकरण बताइए।
5. एक उपभोक्ता होने के नाते आप बाजार में ठगे न जायँ इस हेतु क्या उपाय अपनाएँगें साथ ही संरक्षण हेतु कानूनी उपायों की भी चर्चा कीजिये।
6. उपभोक्ताओं के अधिकार कौन-कौन से हैं एवं उन्हें ये अधिकार क्यों दिये गए हैं? व्याख्या कीजिए।
7. भारत में उपभोक्ता आन्दोलन की विवेचना कीजिए।