६. ग्राहक जागरूकता

६.१ ग्राहकाचा अर्थ आणि व्याख्या
६.२ ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या
६.३ ग्राहकांच्या समस्या
६.४ ग्राहकांचे हक्क
६.५ योग्य खरेदीची मार्गदर्शक तत्त्वे
६.६ ग्राहक संरक्षण

६.१ ग्राहकाचा अर्थ आणि व्याख्या :

जुन्या म्हणीनुसार ग्राहक हा राजा आहे. कारण त्याच्या निर्णयावर कोणतेही उत्पादन किंवा सेवेची मागणी अवलंबून असते. त्यामुळे बाजार किंवा उद्योगधंदा यातील मागणीचे निर्णय घेण्यात ग्राहक महत्त्वाची भूमिका बजावतो. जरी लोक स्वेच्छेने किंवा सभोवतालच्या परिस्थितीनुसार वेगवेगळ्या उद्योगात किंवा पूरक उद्योगात असतील तरी प्रत्येक जण ग्राहक असतोच. ग्राहक तोच असतो जो बाजारात उपलब्ध वस्तू व सेवांचा वापर करतो.

''ग्राहक म्हणजे अशी व्यक्ती की जी योग्य कारणासाठी वस्तू विकत घेते किंवा सेवा भाड्याने घेते. जी व्यक्ती आपली उपजीविका टिकवून ठेवण्याच्या उद्देशाने वस्तू आणि सेवांचा लाभ घेते तिला ग्राहक असे म्हणतात.''

यामध्ये पुनर्विक्री किंवा व्यावसायिक उद्दिष्टासाठी वस्तू किंवा सेवा प्राप्त करणाऱ्या व्यक्ती समाविष्ट नसतात.

६.२ ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या :

ग्राहकांचा व्यवहार समंजस असावा. वस्तू व सेवांची खरेदी व वापर करताना त्याने खालील जबाबदाऱ्यांबद्दल जागरूक असावे.

➢ खरेदी करण्यापूर्वी :

- खरेदी करण्यापूर्वी त्याबाबतचे नियोजन करणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे.
- ग्राहकाने वस्तू किंवा सेवांच्या मागील कामगिरीबाबत चौकशी केली पाहिजे.
- ग्राहकाने उत्पादक किंवा विक्रेता किंवा सेवादाता यांच्या मागील कामगिरी संदर्भात व प्रसिद्धीबाबत चौकस असावे.
- सेल व संबंधित योजनांमध्ये खरेदी करताना ग्राहकाने घाईने व अविचाराने निर्णय घेणे टाळावे.

➢ खरेदी करताना :

- खरेदी केलेल्या वस्तू व उपभोगलेल्या सेवांबाबत दक्ष असणे व त्यांची किंमत, चोख माप व दर्जा याबाबत चिकित्सक असणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे.
- ग्राहकाने वस्तू व सेवांचा वापर करण्याबाबत प्रात्यक्षिकाद्वारे (डेमॉनस्ट्रेशन) माहिती घ्यावी.
- गुणवत्तेची खात्री देणाऱ्या दर्जेदार मालाची ग्राहकाने खरेदी करावी. खरेदी करताना प्रमाणित चिन्हे तपासावीत. उदा. विजेच्या वस्तूंवरील आय एस आय, खाद्यपदार्थांवरील एफ पी ओ व सोन्याच्या दागिन्यांवरील हॉलमार्क.
- ग्राहकाने लेबल्स काळजीपूर्वक वाचली पाहिजेत. जेणे करून किंमत, चोख माप, उत्पादन निर्मितीची व उत्पादन वापरण्याची अंतिम तारीख यांविषयी माहिती उपलब्ध होईल.
- ग्राहकाने त्याला किंवा तिला उचित फायदा मिळण्याबाबत ठाम असावे.
- ग्राहकाने गॅरंटी किंवा वॉरंटी कार्डमधील मजकूर नीट वाचावा व तो विक्रेत्याकडून करारबद्ध पद्धतीत मिळण्याबाबत आग्रही असावे.
- ग्राहकाने पावती किंवा बिलाबाबत आग्रही असावे तसेच व्यवहार करतेवेळी बिल तपासून घ्यावे.

➢ खरेदी केल्यानंतर :

- ग्राहकाने वस्तूंचा वापर दिलेल्या माहिती पुस्तिकेतील सूचनांप्रमाणेच करावा.
- ग्राहकाने बिल व गॅरंटी कार्ड सुरक्षित ठेवावे.
- ग्राहकाने वस्तू व सेवांशी संबंधित जोखीमेबाबत दक्ष असावे व माहिती पुस्तिकेतील सूचनांचे पालन करून वस्तू सुरक्षितपणे वापराव्यात.
- ग्राहकांनी ग्राहकांचे हित जोपासण्यासाठी एकत्रित येऊन आवाज उठवावा.
- ग्राहकांनी सदोष वस्तू व सेवांबाबत 'ग्राहक मंच' द्वारे तक्रार करावी.
- ग्राहकाने एकजूट होऊन ग्राहक-संघ स्थापन केले पाहिजेत व त्यांच्या मदतीने ग्राहकांना शिक्षित करून हितसंबंध राखले पाहिजेत.

➢ शाश्वत उपभोग :

- प्रत्येक ग्राहकाने उपलब्ध नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा योग्य पद्धतीने वापर करावा जेणेकरून भविष्यासाठी ही संसाधने टिकून राहतील.
- ग्राहकाने स्वत:च्या गरजेनुसार वस्तू व सेवांचा उपभोग घ्यावा.
- ग्राहकाने वस्तू व संसाधने वाया घालवू नयेत.
- ग्राहकाने प्लास्टिक, रसायने यांसारख्या प्रदूषण निर्माण करणाऱ्या उत्पादनांचा उपयोग टाळावा. त्याऐवजी प्रत्येकाने कापडी, ज्यूट, कागदी पिशव्या इत्यादींसारख्या नैसर्गिक विघटित होणाऱ्या उत्पादनांचा उपयोग करावा.

लक्षात ठेवा : कर्तव्यदक्ष ग्राहकांचे तीन आर (3Rs) :

- **अल्प वापर (Reduce) : कोणत्याही वस्तू व सेवांचा गरजे पुरताच वापर करा. शक्य असल्यास पाणी, वीज, इंधन आणि इतर संसाधनांचा वापर कमी करा.**
- **पुनर्वापर (Reuse) : एखादी वस्तू अधिक काळासाठी सेवा देऊ शकत असेल तर नवीन घेण्याऐवजी तीच वस्तू वापरा.**
- **पुनश्चक्रण किंवा विघटन (Recycle) : पर्यावरण खराब करू नका. विघटन होऊ शकेल असे साहित्य किंवा विटक साहित्यावर पुन्हा उपयोगात येण्यासाठी योग्य पद्धतीने प्रक्रिया करा.**

स्रोत : www.consumer.tn.gov.in

६.३ ग्राहकांच्या समस्या :

बाजारात खरेदी करताना ग्राहकांना अनेक समस्यांना तोंड द्यावे लागते. काही महत्त्वाच्या ग्राहक समस्या पुढीलप्रमाणे आहेत :

- **भेसळयुक्त माल :** भेसळयुक्त माल ही ग्राहकांना दैनंदिन खरेदी करताना सामोरे जावी लागणारी एक महत्त्वाची समस्या आहे. शरीराला अत्यंत अपायकारक असणाऱ्या पदार्थांची भेसळ व्यापारी अन्नपदार्थात करतात. जसे : तांदूळामध्ये गारगोटी, दूध व चीज यामध्ये स्टार्च पावडर, साखरेमध्ये प्लॅस्टिकचे तुकडे, वापरलेली चहा पावडर बाजारात विकली जाते. कपडे, औषधे, सौंदर्य प्रसाधने, घरगुती साधने इत्यादींमधील भेसळीला ग्राहकांना तोंड द्यावे लागते.
- **बनावट व सदोष मालाचा पुरवठा :** अनेकदा ग्राहक बनावट व सदोष मालाच्या पुरवठ्यामुळे व्यापाऱ्याकडून फसविले जातात. अनेक नीतिभ्रष्ट व्यापारी नामांकित वस्तूंच्या उत्पादनांचा गैरवापर करून त्यांचा निकृष्ट दर्जाचा माल सेल दरम्यान विकून ग्राहकांची दिशाभूल करतात.
- **किमतीत भिन्नता :** ग्राहकांना एकाच प्रकारच्या वस्तूंसाठी वेगवेगळ्या ठिकाणी वेगळी किंमत मोजावी लागते. व्यापारी उत्पादनावर फसव्या व चुकीच्या किमती लावतात व आपला माल किमान किरकोळ किमतीपेक्षा (एम आर पी) अधिक किमतीत विकतात. कितीतरी मोठ्या कंपन्या शोरुम देखभाल, अतिरिक्त कर आणि मोफत घरपोच सेवा यासाठी वस्तूंची किंमत वाढवतात, जी ग्राहकांना अप्रत्यक्षरित्या मोजावी लागते.
- **चुकीची वजने व मापे :** प्रमाणित वजन व मापे कायदा १९७६ (स्टँटर्ड वेट्स अँड मेजरमेंट ॲक्ट १९७६) मध्ये नमूद केल्यानुसार व्यापारी वजन व मापे वापरत असल्याने ग्राहक अनेक वेळा फसविला जातो. प्रमाणित वजनांच्या जागी कमी वजनाचे दगड वापरून तसेच मोजमापाचे डबे, बरण्या, खोके यांचे आकार बदलवून पदार्थांचे माप कमी मोजले जाते. शॉपिंग मॉल्समध्ये देखील वस्तूंच्या पॅकेट्सवर चुकीची मापे चिकटवून ग्राहकांना फसविले जाते.

- **दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती :** अलीकडे दररोज नवीन उत्पादने बाजारात येतात. सर्वसाधारणपणे उत्पादक जाहिरातींद्वारा त्यांच्या उत्पादनांची माहिती देतात. खरेदीनंतर ग्राहकाला लक्षात येते की खरेदी केलेली वस्तू जाहिरातीत दाखविल्याप्रमाणे नाही. उद्योजक जाहिरातींमधून उत्पादनाविषयी चुकीचा दावा करतात. उदाहरणार्थ : सौंदर्य प्रसाधने व आरोग्य पेयांच्या जाहिराती.
- **निकृष्ट दर्जाच्या मालाची विक्री :** दर्जेदार मालाच्या ऐवजी निकृष्ट दर्जाचा माल विकला जातो. उदाहरणार्थ अनेकवेळा निकृष्ट दर्जाच्या लाकडापासून बनविलेले फर्निचर, कमी दर्जाच्या साहित्यांनी तयार केलेले खाद्यपदार्थ, निकृष्ट दर्जाचे बल्ब व विद्युत उपकरणे.
- **कृत्रिम टंचाई :** विशेषत: सणांच्या दिवसांमध्ये ग्राहकांना कृत्रिम टंचाईला तोंड द्यावे लागते. खाद्य तेल, बटाटे, तांदूळ, गहू, साखर, कडधान्ये इत्यादी आवश्यक वस्तू बाजारात उपलब्ध होत नाहीत. या पदार्थांच्या किमती कमी असूनही ग्राहकांना त्यासाठी अधिक किंमत मोजावी लागते किंवा त्या वस्तूंशिवाय काम भागवावे लागते. जेव्हा या वस्तूंची किंमत वाढण्याची शक्यता असते तेव्हा या वस्तू बाजारातून नाहीशा होतात आणि किंमत वाढल्यानंतर अचानकपणे बाजारात दिसू लागतात.
- **विक्री कर्मचाऱ्यांचा निकृष्ट दर्जा :** अनेक वेळा प्रशिक्षणाच्या अभावामुळे विक्री कर्मचारी उत्पादित वस्तूंबाबत योग्य माहिती देऊ शकत नाहीत. काही वेळा उत्पादनाची माहिती अतिशयोक्ती करून सांगितली गेल्याने ग्राहकाला खरेदीसाठी भुरळ घातली जाते.
- **ऑनलाईन खरेदी समस्या :** आजकाल भारतात ऑनलाईन खरेदी फार वेगाने वाढते आहे, परंतु त्यासाठी भारतीय ग्राहकांना अनेक समस्यांना तोंड द्यावे लागते.जास्तीतजास्त वेळा उत्पादनाच्या गुणवत्तेचा मुद्दा समोर येतो. उत्पादनाच्या गुणवत्तेची खात्री ऑनलाईन खरेदीमध्ये मिळत नसल्याने ही एक सर्वसाधारण समस्या झालेली आहे. अनेकदा खरेदी केलेल्या वस्तू निर्धारित वेळेत ग्राहकांना मिळत नाहीत. ग्राहकांना वस्तू मिळण्यासाठी वाट बघावी लागते. ऑनलाईन पैसे देण्याच्या मुद्द्यांना ग्राहक बळी पडतो. पैसे प्रदान करण्यासाठी मार्गात येणाऱ्या त्रुटी, बँकांच्या वेबसाईट्स, ऑनलाईन बँकांच्या खात्यांमध्ये होणारी तस्करी, ओटीपी मुळे येणाऱ्या समस्या यांमुळे अनेकदा चुका होतात, व्यत्यय येतात. वेबसाईट्सवरून भ्रामक देऊ केलेली परतफेड व परताव्यां बद्दलच्या माहिती संदर्भात ग्राहक साशंक असतो.

६.१ ग्राहकांचे प्रश्न

६.४ ग्राहकांचे हक्क :

ग्राहकाला त्याच्या मूलभूत हक्कांची माहिती असणे गरजेचे आहे. तसेच त्यांच्या हक्कांचे उल्लंघन झाल्यास करावयाच्या न्यायालयीन कार्यपद्धतींबाबत माहिती असणे आवश्यक आहे. ग्राहकांचे हक्क खालीलप्रमाणे आहेत.

६.२ ग्राहकांना भेडसावणारे प्रश्न

- **सुरक्षिततेचा हक्क :** हा हक्क जीवन व मालमत्तेस हानिकारक असलेल्या वस्तू, उत्पादने व सेवांच्या विक्रीपासून ग्राहकांचे संरक्षण करण्याच्या अधिकाराविषयी आहे. विकत घेतलेल्या वस्तू आणि सेवांनी ग्राहकांच्या केवळ तत्काळ गरजा भागू नयेत, तर दीर्घकाळ त्यांची गरज पूर्ण केली पाहिजे. खरेदीपूर्वी ग्राहकांनी उत्पादनाचा दर्जा तसेच उत्पादन व सेवेच्या हमी संदर्भात माहितीचा आग्रह धरावा. ग्राहकांनी प्राधान्याने आय एस आय (ISI), ॲगमार्क इत्यादींसारख्या प्रमाणित उत्पादनाची खरेदी केली पाहिजे. एखाद्या कमी दर्जाच्या विद्युत उपकरणांपासून गंभीर दुखापत होऊ शकते.
- **माहितीचा हक्क :** ग्राहकाला हा हक्क वस्तू व सेवांची गुणवत्ता, प्रमाण, टिकाऊपणा, शुद्धता, दर्जा आणि किमतीविषयी माहिती देतो. जेणेकरून अप्रामाणिक व्यापार पद्धतींपासून ग्राहकाला संरक्षण मिळेल. निवड किंवा निर्णय घेण्यापूर्वी ग्राहकाने वस्तू किंवा सेवांविषयी संपूर्ण माहिती मिळविण्याचा आग्रह धरला पाहिजे. यामुळे त्याला हुशारीने व जबाबदारीने खरेदी करण्यास मदत होईल व दिशाभूल करणाऱ्या विक्री पद्धतींना बळी पडण्यापासून परावृत्त करण्यास मदत होईल. उदाहरणार्थ : उत्पादक उत्पादनाची सामग्री, प्रमाण, उत्पादनाचा दिनांक, उत्पादन वापरण्याचा अंतिम दिनांक, जास्तीत जास्त किरकोळ किंमत इत्यादी माहिती सविस्तरपणे लेबल व संवेष्टनाद्वारे देतात. अशा प्रकारच्या माहितीची ग्राहकांना खरेदीचे निर्णय घेताना मदत होते.
- **निवड करण्याचा हक्क :** स्पर्धात्मक किमतीपेक्षा विविध वस्तू, उत्पादने व सेवांमध्ये निवडीचा हक्क असल्याची खात्री दिली जाते. ज्या वस्तूंची निवड करता येत नाही किंवा ज्या सेवांची मक्तेदारी किंवा एकाधिकार असतात उदाहरणार्थ : रेल्वे, विद्युत पुरवठा इत्यादींबाबत समाधानकारक सेवा योग्य किंमतीत उपलब्ध असावी. यात मूलभूत वस्तू आणि सेवांच्या अधिकाराचा समावेश असतो. कारण अल्पसंख्येतून निवड करण्याचा मर्यादित प्रतिबंधित हक्क म्हणजे बहुसंख्येतून योग्य निवड करण्याचा हक्क डावलणे होय. या अधिकाराचा स्पर्धात्मक बाजारात अधिक चांगला वापर केला जाऊ शकतो जेथे स्पर्धात्मक किंमतीवर विविध वस्तू उपलब्ध आहेत. याचा अर्थ असा आहे की विक्रेत्यांनी गुणवत्ता, ब्रँड, किंमत, आकार इत्यादींवर आधारित अनेक प्रकारची उत्पादने ग्राहकांना उपलब्ध करून दिली पाहिजेत.
- **ऐकून घेण्याचा हक्क :** ग्राहकांचे म्हणणे ऐकून घेणे व त्यांच्या हिताला योग्य ठिकाणी किंवा योग्य न्यायालयाद्वारे विचारार्ह ठरवण्याबद्दल खात्री देण्याचा हक्क. ग्राहकांचे गाऱ्हाणे ऐकून घेऊन त्याचे निवारण योग्य पद्धतीने व त्वरेने होण्याचा अधिकार या हक्कात समाविष्ट आहे. ग्राहकांनी अराजकीय आणि अव्यावसायिक ग्राहक संघटना स्थापन केल्या पाहिजेत. त्यांना सरकार आणि इतर संस्थांनी स्थापन केलेल्या विविध समित्यांमध्ये प्रतिनिधित्व दिले जाऊ शकते. अनेक उत्पादकांनी त्यांची स्वत:ची ग्राहक सेवा आणि तक्रार निवारण कक्ष स्थापित केले आहेत. अनेक ग्राहक संस्था या दिशेने कार्य करीत आहेत व ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यास मदत करीत आहेत.
- **तक्रार निवारणाचा हक्क :** हा हक्क अयोग्य व्यापार पद्धती अथवा अवैध व्यापार पद्धती किंवा ग्राहकांचे शोषण थांबविण्यासाठी तक्रार निवारण करण्याचा हक्क आहे. ग्राहकांनी त्यांच्या खऱ्या किंवा प्रामाणिक तक्रारींसाठी तक्रार केली पाहिजे. काही वेळा तक्रारीची तीव्रता कमी असू शकते. परंतु त्याचा समाजावर होणारा परिणाम अतिशय मोठा असू शकतो. अशा तक्रारींना न्याय मिळण्यासाठी ते ग्राहक संस्थांची मदत घेऊ शकतात. ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ नुसार ग्राहकांना उत्पादनात बदल करणे, उत्पादनातील दोष दूर करणे, ग्राहकाला झालेल्या नुकसानाची तसेच इजेची भरपाई इत्यादींसाठी सवलत दिली जाते.
- **ग्राहक जागरूकतेचा हक्क :** ग्राहकांचे अज्ञान विशेषत: ग्रामीण ग्राहकांचे अज्ञान हे त्यांच्या शोषणास प्रामुख्याने जबाबदार असते. त्यांना ग्राहक म्हणून या हक्कांविषयी माहिती असायला हवी. तसेच त्यांनी हक्कांचा उपयोग केला पाहिजे, तरच वास्तविक अर्थाने ग्राहक संरक्षण यशस्वीरित्या प्राप्त केले जाऊ

शकते. ग्राहक शिक्षण हे शाळा व महाविद्यालयीन अभ्यासक्रमाद्वारे आणि सरकारी व स्वयंसेवी संस्थांद्वारे चालविल्या जाणाऱ्या ग्राहक जागरूकता मोहिमेद्वारे दिले जाऊ शकते.

- **स्वास्थ्यपूर्ण पर्यावरणाचा हक्क :** स्वास्थ्यपूर्ण पर्यावरणाचा हक्क म्हणजे स्वास्थ्यपूर्ण व सुरक्षित पर्यावरणाने जीवनाचा दर्जा व स्तर उंचावण्याचा हक्क. यामध्ये हवा, पाणी आणि ध्वनीप्रदूषण यांसारख्या पर्यावरणापासून होणाऱ्या धोक्यांचा, ज्यावर मानवाचे नियंत्रण नाही अशा धोक्यांचा समावेश होतो. या हक्कात आजच्या व भावी पिढीसाठी पर्यावरणाचे रक्षण करण्याची व त्याचा निरोगीपणा वाढविण्याची दखल घेतली आहे.
- **मूलभूत गरजांचा हक्क :** या हक्काद्वारे ग्राहकाला दैनंदिन जीवन जगण्याकरिता मूलभूत मानवी गरजांची पूर्तता, आवश्यक वस्तू आणि सेवा सुनिश्चित करतात. चांगले जीवन जगण्यासाठी सकस आहार, वस्त्र, निवारा, उत्तम आरोग्य, शिक्षण आणि स्वच्छता यांसारख्या मानवी गरजांचा समावेश होतो.

६.५ योग्य खरेदीची मार्गदर्शक तत्त्वे :

विक्रेत्यांना सगळी माहिती असली तरी अधिक दबावाच्या जाहिरात तंत्राचा व विविध प्रलोभनांचा वापर ग्राहकांना जाळ्यात ओढण्यासाठी केला जातो. अनेक ग्राहक गरीब असतात आणि त्यांचे अज्ञान, खरेदीच्या चुकीच्या सवयी व सर्वसाधारण आळशीपणामुळे अधिक पैसा खर्च करतात. सध्याच्या काळात बाजारपेठेत नवीन व उत्तम उत्पादने भरघोस प्रमाणात आलेली असून स्पर्धा अतिशय वाढली आहे त्यामुळे ग्राहकाला बाजाराचा प्रचलित कल कसा आहे याबाबत समंजस व जाणकार असणे गरजेचे आहे. म्हणूनच ग्राहकाला विविध उत्पादने, त्यांचे ब्रँड, उपलब्ध नमुने याबाबतचे ज्ञान असणे गरजेचे आहे. योग्य खरेदीसाठी हुशारी, सावधानता किंवा जागरूकता, प्रयत्न व उत्साहाची आवश्यकता असते.

➢ खरेदी कशी करावी :

- खरेदीपूर्वी नियोजन करावे व केवळ गरजेच्या व परवडणाऱ्या गोष्टींचीच खरेदी करावी.
- ग्राहकांनी उत्पादनाची खरेदी करण्यापूर्वी त्यावरील लेबल अवश्य वाचावे.
- उत्पादनाचा टिकाऊपणा, विक्रीपश्चात देखभाल व दुरुस्ती सेवांबाबत विचार करावा.
- जास्त किमतीच्या व कमी किमतीच्या वस्तूंच्या दरांची व त्यांच्या वैशिष्ट्यांची तुलना करावी व त्यामध्ये समानता आढळल्यास स्वस्त वस्तू खरेदी कराव्यात.
- खरेदी करताना उत्पादनाची सुरक्षा व सुविधांचा विचार करावा.
- महाग साधनांची खरेदी करताना ही साधने खरेदी केलेल्या जास्तीत जास्त लोकांचा सल्ला घ्यावा.
- उत्पादनाच्या अंतिम मुदतीची तारीख, उत्पादनाची तारीख, हमी व खात्री या गोष्टी काळजीपूर्वक पहाव्यात.
- रोख रक्कम, ई-वॉलेट, धनादेश, क्रेडिट कार्ड किंवा डेबिट कार्डद्वारा देयक देताना काळजीपूर्वक देयके द्यावीत.

➢ खरेदी केव्हा करावी :

- खरेदी केव्हा करावी हा विचार करण्याचा महत्त्वाचा मुद्दा आहे. सणांच्या दिवसात आपल्याला सवलत मिळते. 'एकावर एक मोफत' (बाय वन गेट वन फ्री) 'मोफत विम्यासह कार खरेदी' अशा योजनांतर्गत आपण खरेदी करू शकतो. परंतु एक जागरूक ग्राहक म्हणून वस्तूंमधील दडलेल्या किमतीचा अभ्यास करूनच मोफत मिळणाऱ्या वस्तूंची ग्राहकांनी खरेदी करावी.
- काही उत्पादक हंगामात नसलेल्या वस्तूंच्या (ऑफ सिझन) खरेदीसाठी सवलत देतात. जसे : हिवाळ्यात कुलर खरेदी, उन्हाळ्यात लोकरी कपडे. जागरूक ग्राहक म्हणून आंधळेपणाने अशा सवलतींचा फायदा घेऊ नये.

➢ खरेदी कोठून करावी :

- बाजारपेठेत प्रस्थापित असलेल्या दुकानांमधून खरेदी करणे हितावह असते. ग्राहकांनी रस्त्यावरील फेरीवाल्यांकडून खरेदी करणे टाळावे.
- प्रस्थापित दुकानांमधून खरेदी करताना, विक्रेता, ठोक विक्रेता किंवा किरकोळ विक्रेत्याने बाजारातील नावलौकिक जाणून घ्यावा. जेणेकरून उत्पादनाच्या दर्जाची खात्री राहील.

- विक्रीपश्चात सेवा पुरविली जाईल अशा विक्रेत्याकडून खरेदी करावी.
- नाशवंत वस्तू खरेदी करताना त्या घरी पोहचेपर्यंत ताज्या राहतील याची खात्री करून खरेदी करावी.
- काही वेळा आपल्या गावापासून दूर दुसऱ्या ठिकाणी असताना तेथे आपल्याला काही उत्पादने आकर्षक व फायदेशीर वाटतात. अशा वेळी खरेदी करताना आपल्या गावात अशा उत्पादनांची दुरुस्तीची किंवा निगा राखण्याची सोय आहे का? याची माहिती करून घ्यावी.

➢ खरेदी किती करावी :

- नेहमी आवश्यक असलेल्याच वस्तू किंवा सेवा खरेदी कराव्यात.
- एकाच वेळी खूप जास्त प्रमाणात खरेदी करू नये. विशेषत: अन्नपदार्थ एकाच वेळी जास्त खरेदी करू नयेत कारण ते लगेच खराब होतात.
- क्षणिक मोहात पडून खरेदी करणे टाळावे.
- पैसा हे संसाधन मर्यादित आहे. ते काळजीपूर्वक वापरावे.
- आपल्या जवळ असलेल्या संसाधनांचा विचार करावा. उदाहरणार्थ : खर्च करताना आपल्याजवळ किती पैसे आहेत याचा विचार करून नंतर खर्च करा.

➢ खरेदी काय करावी :

- भारतीय मानक ब्युरो (बी. आय. एस.) द्‌वारा जारी केलेले मानक चिन्ह समजून घेणे आवश्यक आहे.
- विद्युत उपकरणे, सिमेंट, बिस्किटे, मिनरल वॉटर इत्यादी वस्तू खरेदी करताना आय.एस.आय. मानक चिन्ह असलेल्या वस्तू खरेदी कराव्यात.
- हॉल मार्क चिन्हांकित असलेले सोन्याचे व चांदीचे दागिने खरेदी करावेत.
- ॲग मार्कची शेती उत्पादने खरेदी करावीत.
- एफ.पी.ओ. प्रमाणित फळे व भाज्यांपासून तयार केलेली उत्पादने घ्यावीत.
- सीलबंद खाद्यपदार्थ खरेदी करताना शाकाहारी व मांसाहारी चिन्ह पाहूनच घ्यावीत.
- हॅन्डलूम चिन्ह असलेल्या हातमागाच्या वस्तू व रेड स्टार लेबल चिन्ह असलेली विद्युत उपकरणे खरेदी करावीत.

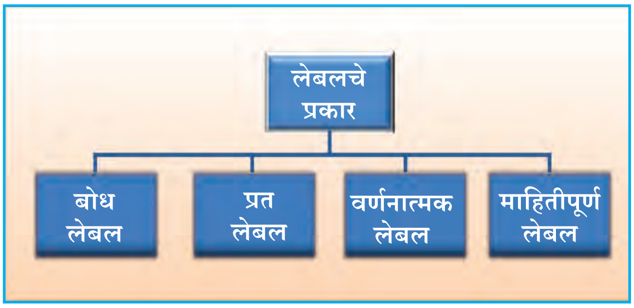
❖ **लेबल :** लेबल हा कागद, कापड, प्लास्टिक किंवा यांसारख्या तत्सम साहित्याचा छोटासा तुकडा असून जो उत्पादनाला जोडलेला असतो व उत्पादनासंबंधित सविस्तर माहिती प्रदान करतो. लेबल हे ब्रँडिंग व पॅकेजिंगसारखे उत्पादनाची ओळख देणारे महत्त्वपूर्ण माध्यम आहे. लेबल हे उत्पादनाला जोडलेला माहितीपूर्ण टॅग, संवेष्टन किंवा सील असते.

लेबलिंग एक महत्त्वपूर्ण घटक आहे कारण ते एखाद्या उत्पादनाच्या विक्री आणि वितरण प्रक्रियेवर परिणाम करते, जे ग्राहकांना प्रत, प्रमाण, किंमत, ब्रँडचे नाव, वैशिष्ट्ये इत्यादी संदर्भात स्पष्ट माहिती देते. लेबलिंग ग्राहकांना विनासंकोच उत्पादन खरेदी करण्यासाठी आवश्यक माहिती देते.

लेबलची कार्ये :

- **उत्पादनाची ओळख :** लेबलिंग, उत्पादन व ब्रँडची सहज ओळख करून देते. हे स्पर्धात्मक उत्पादनाच्या पर्यायास प्रतिबंध करते.
- **प्रतवारी :** उत्पादनाचा दर्जा व वैशिष्ट्यानुसार श्रेणीकरण करण्यासाठी लेबलिंग उपयुक्त असते.
- **वर्णन :** लेबलिंग, गुणवत्ता आणि वैशिष्ट्यांनुसार उत्पादनाचे वर्णन करण्यास मदत करते.
- **उत्पादनाची जाहिरात :** उत्पादनाच्या जाहिरातीत लेबलिंग महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. विनामूल्य ब्रश, विनामूल्य नाणे यांसारख्या ऑफर ग्राहकांना ते उत्पादन खरेदी करण्यास आकर्षित करतात.
- **ग्राहकांचे संरक्षण :** लेबलिंग, ग्राहकांचे बाजारातून भेसळयुक्त व सदोष वस्तू खरेदी करण्यापासून संरक्षण करते आणि ग्राहकांना स्वत:च्या पसंतीनुसार उत्पादनाच्या ब्रँड निवडीचा पर्याय उपलब्ध करून देते.
- **उत्पादन आकर्षक बनविणे :** लेबल, त्याच्या आकर्षक डिझाईनमुळे उत्पादनाची जाहिरात करण्यास मदत करते. विविध ग्राफिक डिझाईनमुळे उत्पादनाचे सौंदर्यीकरण करण्यास व ग्राहकांना उत्पादन खरेदी करण्यास आकर्षिक करते. लेबल हे ग्राहकांना आकर्षित करण्याचा एक स्रोत सुद्धा आहे.

➢ **लेबलचे प्रकार :**



६.३ लेबलचे प्रकार

- **व्यापारी चिन्ह असलेले लेबल (ब्रँड लेबल) :** व्यापारी चिन्ह असलेले लेबल हे एक विशिष्ट डिझाईन किंवा चिन्ह असते. पण्यचिन्ह (ट्रेड मार्क) व बोधनाव (ब्रँड नेम) या श्रेणीत येतात. बहुधा खरेदी करताना ग्राहक विविध ब्रँडच्या उत्पादनांची तुलना करतात. उत्पादक त्यांच्या उत्पादनाची गुणवत्ता राखून बाजारामध्ये त्याची प्रतिमा स्थापित करण्याचा प्रयत्न करतात. ज्यामुळे बाजारपेठेत निरोगी स्पर्धा निर्माण होते. ब्रँडमुळे ग्राहक उत्पादकास ओळखू शकतात आणि काही तक्रार असल्यास तक्रार नोंदवू शकतात.
- **प्रत लेबल :** प्रत लेबलमधील अक्षर, अंक किंवा शब्दाने उत्पादनाची गुणवत्ता ओळखली जाते. ज्यामुळे उत्पादनाच्या सापेक्ष निकृष्टतेचा किंवा श्रेष्ठतेचा गुणात्मक निर्णय दर्शविते.
- **वर्णनात्मक लेबल :** वर्णनात्मक लेबल म्हणजे उत्पादनाचा तपशील जसे - उत्पादनांचे घटक, रासायनिक विश्लेषण, वजन, आकार, कृत्रिम रंगाचा वापर, उत्पादन वापरण्याचे निर्देश इत्यादी.
- **माहितीपूर्ण लेबल :** माहितीपूर्ण लेबल, ग्राहकांना योग्य निवड आणि उत्पादनाची काळजी घेण्यास मदत करते. हे लेबल वर्णनात्मक लेबलच्या तुलनेत उत्पादनाची काळजी आणि वापर करण्याविषयी विशेष सूचना पुरविते. माहितीपूर्ण लेबल प्रयोगशाळेच्या चाचण्यांवर आधारित उत्पादनाबद्दल वास्तविक माहिती देऊ शकते आणि उत्पादनाचे वजन, उत्पादकाचे नाव, उत्पादन निर्मितीची व उत्पादन वापरण्याची अंतिम तारीख, उत्पादनातील घटक पदार्थ इत्यादी संदर्भात माहिती समाविष्ट करू शकते.

➢ **लेबलचे प्रमाणिकरण :** ग्राहक, खरेदी करत असलेल्या उत्पादनांपासून गुणवत्तेची अपेक्षा करतात. प्रमाणित लेबल हे ग्राहकांकडून अपेक्षित गुणांची पूर्तता करणारे उत्पादन असल्याचे निश्चित करतात. मानक चिन्ह ग्राहकाला उत्पादनाची दृश्य आणि विश्वसनीय स्रोतांनी दिलेले सहज ओळखण्यायोग्य गुणवत्ता मूल्यांकनाचे साधन प्रदान करते. उत्पादनांना प्रमाणित करण्यासाठी भारत सरकारने भारतीय मानक संस्थेची स्थापना केली. आय एस आय, ॲगमार्क, वुलमार्क, हातमाग चिन्ह, सिल्क मार्क, इको मार्क इत्यादींसारख्या प्रमाणित चिन्हांचा उपयोग विविध उत्पादनांच्या मानकीकरणासाठी केला जातो.

आपली प्रमाणित गुणवत्ता मानके जाणून घ्या :

प्रमाणित गुणवत्ता मानके	माहिती
	आय एस आय चिन्ह (ISI) : आय एस आय ही भारतीय मानक ब्युरो (BIS) द्वारे बीआयएस अधिनियम १९८६ च्या तरतुदीनुसार संचलित मानकचिन्ह योजना आहे. आय एस आय अनिवार्य तसेच ऐच्छिक स्वरूपाचे आहेत. आय एस आय प्रमाणित उत्पादनांमध्ये सिमेंट, विद्युत उपकरणे, एल.पी.जी. सिलेंडर, बॅटरी, वाहनांचे सुटे भाग, वैद्यकीय उपकरणे, रासायनिक खते, तान्ह्या बाळाचे अन्न इत्यादींचा समावेश होतो.
	ॲग मार्क (Agmark) : भारत सरकारच्या विपणन व तपासणी संचालनालयाकडून ग्राहक व उत्पादकांच्या हितासाठी कृषी उत्पादनांवर ॲगमार्क प्रमाणपत्र वापरले जाते. ही योजना कृषी उत्पादन (श्रेणीकरण व चिन्ह) कायदा १९३७ द्वारे कायदेशीररित्या अंमलात आणली आहे.

प्रमाणित गुणवत्ता मानके	माहिती
	शाकाहारी व मांसाहारी चिन्ह (Vegetarian and Non Vegetarian mark) : अन्न सुरक्षा व मानके पॅकेजिंग व लेबलिंग (Packaging and Labeling) नियमन २०११ प्रमाणे, प्रत्येक मांसाहारी अन्नपदार्थाच्या संवेष्टनावर तपकिरी बाह्य रेषांच्या चौरसाच्या आत तपकिरी रंगाने भरलेले वर्तुळाचे चिन्ह असावे. चौरसाच्या बाजू वर्तुळाच्या दुप्पट व्यासाच्या असाव्यात. प्रत्येक शाकाहारी खाद्यपदार्थाच्या संवेष्टनावर हिरव्या बाह्यरेषांच्या चौरसाच्या आत हिरव्या रंगाने भरलेले वर्तुळ, ज्याचा व्यास निर्दिष्ट केलेल्या किमान आकारापेक्षा कमी नसावा, चौरसाच्या बाजू वर्तुळाच्या दुप्पट व्यासाच्या असाव्यात.
	हॉलमार्क (Hallmark) : सोन्याच्या दागिन्यांसाठी सन २००० मध्ये आणि सन २००५ मध्ये चांदीच्या दागिन्यांसाठी भारत सरकारच्या 'भारतीय मानक ब्युरोने' (BIS) हॉलमार्क योजना सुरू केली. ही योजना ऐच्छिक आहे. तरीही ग्राहकांनी सोने व चांदीच्या दागिन्यांची खरेदी करताना हॉलमार्क असलेले दागिने खरेदी करावेत.
	भारतीय अन्नसुरक्षा व मानक अधिनियम (FSSAI) : एफ एस एस ए आय हे एक मानक चिन्ह आहे जे अन्न आरोग्यदायी असल्याचे दर्शविते आणि अन्नसुरक्षा व मानक अधिनियम २००६ अन्वये खाद्यपदार्थांसाठी निश्चित केलेली सुरक्षा व प्रत पूर्ण केल्याची मंजुरी दर्शविते. खाद्यपदार्थांच्या पॅकेट्सवर FSSAI ने जारी केलेला १४ अंकाचा परवाना क्रमांक पार्श्वभूमीशी विरोधाभास असणाऱ्या रंगाच्या लोगोसह असतो.

प्रमाणित गुणवत्ता मानके	माहिती
	बी ई ई (ऊर्जा कार्यक्षमता ब्युरो) स्टार लेबल चिन्ह : (BEE : Bureau of Energy Efficiency) Star label mark : बी ई ई स्टार लेबल चिन्ह घरगुती व इतर विद्युत उपकरणांच्या ऊर्जा बचत करण्यासंबंधीचा माहिती संदर्भ देते. भारत सरकार ऊर्जा मंत्रालयाच्या विद्युत कार्यक्षमता ब्युरोने (BEE) २००६ मध्ये 'रेड स्टार लेबल' मार्क जारी केले. हे सामान्यत: रेफ्रिजरेटर, एअर कंडिशनर, वितरण ट्रान्सफॉर्मर, इंडक्शन मोटर्स, पंपसेट इत्यादींकरिता वापरले जाते.
	हातमाग चिन्ह (Handloom mark) : देशांतर्गत व आंतरराष्ट्रीय बाजारात हातमाग उत्पादनांना प्रोत्साहन देण्यासाठी भारत सरकारने हातमाग चिन्ह सुरू केले. यामध्ये हातमाग वस्त्र व त्यापासून तयार केलेल्या उत्पादनांचा समावेश केलेला आहे. हे चिन्ह सामान्यत: दोन प्रकारांत आढळते. भारतीय बाजारपेठेसाठी लोगोच्या खाली 'हातमाग' 'Handloom' शब्द लिहिला जातो व आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेसाठी 'भारतात हातमागावर निर्मित' 'Hand woven in India' लोगोच्या खाली लिहिले जाते.
	वुलमार्क (Woolmark) : वुलमार्क लोगो म्हणजे लोकर व लोकर उत्पादनासाठीचा लोगो ऑस्ट्रेलियाच्या वुलमार्क कंपनीच्या मालकीचा आहे. लोकर असलेली उत्पादने ओळखण्यासाठी वुलमार्कचा वापर केला जातो. वुलमार्क लोगो असलेली उत्पादने शंभर टक्के शुद्ध व नवीन लोकरीची आणि गुणवत्ता तपशील पूर्ण करणारी व नैसर्गिक सुविधा देणारी असल्यासाठी मंजूर आणि प्रमाणित केली गेली आहेत. यामध्ये 'वुलमार्क ब्लेंड' आणि 'वुलब्लेंड' समाविष्ट आहेत. ऊनी तंतूबरोबर पॉलिस्टर व नायलॉनसारख्या इतर धाग्यांचा समावेश असतो.

प्रमाणित गुणवत्ता मानके	माहिती
	रेशीम चिन्ह (सिल्क मार्क) (Silk Mark) : सिल्क मार्क किंवा रेशीम चिन्ह शुद्‌ध रेशीम आहे हे गुणवत्ता दर्शविणारे हमी लेबल आहे व याचबरोबर सिल्क मार्क सामान्यत: शुद्‌ध रेशीमच्या प्रसारासाठी जाहिरातीकरिता ब्रँड म्हणून कार्य करते. रेशीम चिन्ह अनिवार्य नाही परंतु 'भारतीय रेशीम चिन्ह' संस्थेचा पाठिंबा असलेले सिल्क मार्क, सिल्क मार्क योजनेअंतर्गत रेशीम वस्त्र खरेदीत सल्ला देणारे चिन्ह म्हणून प्रसारित केले आहे.
	इको मार्क (Eco Mark) : इको मार्क हे भारतीय मानक ब्युरोने १९९१ साली पर्यावरणावरील कमीत कमी परिणामाच्या उद्‌देशाने मानकांच्या मानदंडाचे पालन करणाऱ्या उत्पादनांकरिता प्रमाणित केलेले चिन्ह आहे. साबण व डिटर्जंट्स, रंग, कागदपत्रे, प्लॅस्टिक, सौंदर्य प्रसाधने, कापड, बॅटरी, पर्यायी लाकडी वस्तू, औषधे, खाद्यपदार्थ, कीटकनाशके इत्यादी उत्पादने इको मार्क असलेली उत्पादने आहेत.

तुमची बुद्‌धी वापरा :

आंतरराष्ट्रीय प्रमाणित चिन्हे शोधा.

६.६ ग्राहक संरक्षण कायदा :

आधुनिक विपणन परिस्थितीत एका सामान्य खरेदीदाराची सहजपणे दिशाभूल किंवा फसवणूक होऊ शकते. सामान्य ग्राहक जाणकार नाही किंवा त्याला योग्य माहिती दिली जात नाही. फसवणाऱ्या विक्रेत्यांपासून ग्राहकाला संरक्षणाची गरज आहे. फसवणूक झालेला सामान्य ग्राहक न्यायालयात जाण्याच्या स्थितीत नसतो. ग्राहकांच्या यथार्थ स्वरूपाच्या तक्रारींसाठी, त्वरित कमी खर्चात न्याय मिळणे आवश्यक आहे.

जगातील ग्राहक संरक्षणाचे महत्त्व लक्षात घेऊन संयुक्त राष्ट्र संघाने ग्राहकांचे संरक्षण करण्यासाठी ९ एप्रिल १९८५ रोजी ग्राहक संरक्षणाची मार्गदर्शक तत्त्वे स्वीकारली. त्यानुसार सर्व देशांनी कायदेविषयक योग्य उपाययोजना करणे अपेक्षित आहे. ही बाब लक्षात घेऊन त्या अनुषंगाने 'ग्राहक संरक्षण कायदा' १९८६ भारतात लागू करण्यात आला. हा कायदा विशेषत: ग्राहकांच्या हिताचे रक्षण करण्याच्या हेतूने करण्यात आला. कमी औपचारिकता, कमी कागदपत्रात त्वरित आणि कमी खर्चात न्याय प्रदान करणे हा या कायद्याचा उद्देश आहे. ग्राहक संरक्षण कायदा १-७-१९८७ पासून अंमलात आणला गेला.

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ ची मुख्य उद्‌दिष्टे :

- ग्राहकांच्या हिताला अधिक संरक्षण प्रदान करणे.
- ग्राहकांचे विवाद व इतर बाबींचे निराकरण करण्यासाठी ग्राहक परिषद व इतर अधिकारी उपलब्ध करून देणे.

या कायद्याचा हेतू ग्राहकांच्या खालील अधिकारांचे संरक्षण करणे असा आहे :

१) जीवन व मालमत्तेस हानिकारक असलेल्या वस्तू आणि सेवांच्या विपणनापासून संरक्षण करण्याचा अधिकार.

२) वस्तू किंवा सेवांचा दर्जा, प्रमाण, शुद्‌धता, मानके आणि किमतीबद्‌दल माहिती देण्याचा अधिकार जेणेकरून ग्राहक अन्यायकारक व्यापार पद्‌धतींपासून सुरक्षित असतील.

३) स्पर्धात्मक किमतीच्या विविध वस्तू व सेवा उपलब्ध होण्याचा अधिकार.

४) ग्राहकांना ऐकून घेण्याचा व त्यांच्या हिताच्या दृष्टीने योग्य न्यायाची खात्री देण्याचा अधिकार.

५) अनुचित व अवैध व्यापार पद्‌धती आणि ग्राहकांचे शोषण थांबविण्याचा अधिकार.

६) ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार.

७) ग्राहकांचे विवाद त्वरित व सोप्या पद्‌धतीने निराकरण करण्याचा अधिकार.

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ ची वैशिष्ट्ये व तक्रारीची प्रक्रिया :

- सोपी कार्यपद्‌धती.
- वकील अनिवार्य नाही.

- ग्राहक स्वत: प्रकरणे हाताळू शकतात.
- तक्रार इंग्रजी, हिंदी किंवा स्थानिक भाषेत लिहिता येऊ शकते.
- नोंदणीकृत पोस्टाद्वारे तक्रार पाठविता येते.
- नोंदणी केलेल्या ग्राहकसंस्था किंवा सरकारमार्फत ग्राहकांच्या वतीने तक्रार दाखल करता येते.
- कमी खर्चिक.
- मानसिक त्रासामुळे झालेल्या नुकसानीसाठी नुकसान भरपाईचा दावा केला जाऊ शकतो.

या कायद्यान्वये जिल्हा राज्य व राष्ट्रीय पातळीवर ग्राहक तक्रार निवारण मंच स्थापन करण्यात आला आहे.

ग्राहक तक्रार निवारण मंच (CPA)	ग्राहक तक्रार निर्णयाचे कार्यक्षेत्र	
	वस्तू किंवा सेवा व नुकसान भरपाई मूल्य	आदेशाविरुद्ध अपील
जिल्हा मंच	रुपये २० लाखापेक्षा कमी	—
राज्य आयोग	रुपये २० लाखांपेक्षा जास्त व एक करोडपेक्षा कमी	जिल्हा मंच
राष्ट्रीय आयोग	रुपये एक करोडपेक्षा जास्त	राज्य आयोग

तक्रारीच्या सत्यतेबद्दल तक्रार निवारण मंचाची खात्री झाल्यास खालीलपैकी एक किंवा अधिक आदेश विरुद्ध पक्षास जारी केले जाऊ शकतात.

१) प्रयोगशाळेने दर्शविलेले दोष दूर करणे.

२) सदोष वस्तूंच्या बदल्यात नवीन दोषविरहित वस्तू बदलून देणे.

३) तक्रारदाराने दिलेली वस्तूंची किंमत किंवा सेवा शुल्क परत देणे.

४) विरोधी पक्षाच्या निष्काळजीपणामुळे ग्राहकांना झालेले नुकसान किंवा इजेची भरपाई त्याचबरोबर दंडात्मक नुकसान भरपाई ग्राहकांना दिली जाऊ शकते.

५) व्यापार पद्धती किंवा प्रतिबंधात्मक व्यापार पद्धतीला आळा घालणे व त्याची पुनरावृत्ती करण्यास निर्बंध घालणे.

६) घातक वस्तू विक्रीसाठी ठेवण्यास नकार.

७) घातक वस्तू विक्रीतून काढून टाकणे.

८) घातक वस्तूंचे उत्पादन थांबविणे व धोकादायक सेवा देणे बंद करणे.

९) कोणतीही रक्कम (सदोष वस्तूंच्या किंवा दिलेल्या सदोष सेवेच्या मूल्यापेक्षा पाच टक्केपेक्षा कमी नसावी) ग्राहक कल्याणनिधी किंवा इतर कोणतीही संस्था किंवा व्यक्तीकडे जमा करण्यासाठी विहित पद्धतीचा अवलंब करणे.

१०) दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातीचा प्रभाव काढून टाकण्यासाठी सुधारित जाहिरात देणे.

११) तक्रारदारास पुरेसा खर्च प्रदान करण्याची तरतूद करणे.

तुम्ही आठवू शकता का ?

- स्वत:च्या गरजा पूर्ण करण्याकरिता कोणतीही वस्तू किंवा सेवा विकत घेऊन त्याचा उपयोग करणारी कोणतीही व्यक्ती म्हणजे ग्राहक होय.
- वस्तू व सेवा खरेदी करताना, वापरताना आणि उपभोग घेताना ग्राहकांनी काही प्रमाणात त्यांच्या जबाबदाऱ्यांचे भान ठेवले पाहिजे.
- बाजारात खरेदी करताना ग्राहकांना अनेक समस्यांना तोंड द्यावे लागते. जसे : वस्तूंमध्ये भेसळ, बनावट व सदोष मालाचा पुरवठा, किमतीत भिन्नता, चुकीचे वजन व माप, दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती, हीन दर्जाच्या मालाची विक्री, कृत्रिम टंचाई, विक्री कर्मचाऱ्यांचा निकृष्ट दर्जा ऑनलाईन खरेदी, इत्यादी.
- ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ अंतर्गत ग्राहकांना काही हक्क दिले गेले आहेत. जसे – सुरक्षिततेचा हक्क, माहितीचा हक्क, निवड करण्याचा हक्क, ऐकून घेण्याचा हक्क, भरपाई मिळण्याचा हक्क, स्वास्थ्यपूर्ण पर्यावरणाचा हक्क, ग्राहक जागरूकतेचा हक्क आणि मूलभूत गरजांचा हक्क, इत्यादी.

- उत्पादनाची योग्य निवड करण्यासाठी ग्राहकांनी ‘योग्य खरेदीची मार्गदर्शक तत्त्वे’ उपयोगात आणावी. समंजस खरेदीसाठी हुशारी, जागरूकता व योग्य क्षमता आवश्यक आहे.
- लेबल हा कागद, कापड, प्लास्टिक किंवा त्यासारख्या वस्तूचा छोटासा तुकडा आहे जो उत्पादनाची तपशीलवार माहिती देण्यासाठी त्याला जोडलेला असतो. गुणवत्ता मानक चिन्ह हे उत्पादनाच्या दर्जाची ग्राहकाला खात्री देतात.
- ग्राहकांचे व्यापारी वर्गाकडून वापरल्या जाणाऱ्या अन्यायकारक पद्धतींपासून संरक्षण करण्यासाठी ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ साली लागू करण्यात आला.

स्वाध्याय

- **वस्तूनिष्ठ प्रश्न :**

१) बहुपर्यायी प्रश्न :

१. ग्राहक ही अशी व्यक्ती आहे, जी योग्य उपयोगासाठी कोणतीही वस्तू .... किंवा सेवा भाड्याने घेते.

अ) पुनर्विक्री करते ब) विकत घेते
क) नफा मिळवते ड) विकते.

२. कृषी उत्पादनांवर .... हे चिन्ह (लोगो) वापरण्यात येते.

अ) आयएसआय ब) हॉलमार्क
क) ॲगमार्क ड) बी.आय.एस.

३. ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ हा .... साली अंमलात आणला गेला.

अ) १९८७ ब) १९८६
क) १९८५ ड) १९८८

४. हॉलमार्क हे दर्जादर्शक चिन्ह .... साठी वापरले जाते.

अ) फळे ब) सोने
क) कापड ड) वस्तू

२) योग्य जोड्या लावा :

‘अ’ गट	‘ब’ गट
१) दुधातील स्टार्च	उत्सवाचे दिवस
२) ग्राहक संरक्षण	विद्युत उपकरणे
३) शाकाहारी खाद्यपदार्थ	चौकोनातील हिरवे वर्तुळ
४) कृत्रिम टंचाई	भेसळ
५) आय एस आय चिन्ह	कायदेशीर यंत्रणा

३) खालील विधाने चूक आहेत की बरोबर ते ओळखा :

अ) ग्राहकांनी बिल आणि हमी कार्ड सुरक्षितपणे ठेवावीत.

ब) एखाद्याने ग्राहक म्हणून त्याच्या हक्कांविषयी जागरूक नसावे.

क) भेसळ ही ग्राहकांना भेडसावणारी एक समस्या आहे.

ड) आय एस आय (ISI) हे खाद्य पदार्थांच्या उत्पादनांवर वापरले जाणारे प्रमाणित चिन्ह आहे.

इ) ग्राहक संरक्षण कायदा उत्पादकाच्या समस्यांशी निगडित आहे.

- **लघुत्तरी प्रश्न :**

१) व्याख्या लिहा :

अ) ग्राहक

ब) लेबल

२) टीपा लिहा :

अ) ग्राहक संरक्षणाची गरज

ब) भेसळ आणि सदोष व नकली मालाचा पुरवठा

क) माहिती देण्याचा अधिकार

ड) कशी आणि कोणती खरेदी करावी

इ) लेबलचे प्रकार

३) खालील विधानांसाठी कारणे लिहा :

अ) ग्राहकांनी खरेदी करण्यापूर्वी नियोजन करावे.

ब) केवळ मानक चिन्ह असणारी विद्युत उपकरणे खरेदी करावीत.

क) ग्राहक जागरूकता आवश्यक आहे.

ड) कोणतेही उत्पादन खरेदी करण्यापूर्वी ग्राहकाने लेबलचे वाचन केले पाहिजे.

इ) कायदेशीर संरक्षण ही ग्राहकांची गरज आहे.

- **दीर्घोत्तरी प्रश्न :**

अ) ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या व हक्क यांविषयी सविस्तर माहिती लिहा.

ब) ग्राहकांच्या समस्यांवर लिहा.

क) योग्य निवडीसाठी खरेदीच्या मार्गदर्शक तत्त्वांचे वर्णन करा.

ड) 'लेबल'ची कार्ये लिहा.

इ) 'ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६' स्पष्ट करा.

प्रकल्प/असाईनमेंट :

अ) ग्राहक हक्कांविषयीची जागरूकता/ग्राहक समस्या यांविषयी सर्वेक्षण व अहवाल लेखन.

ब) ग्राहक संघटनेला भेट द्या आणि त्याद्वारे केलेल्या कार्याबद्दल अहवाल लिहा.

क) ग्राहक - विवाद संबंधी प्रकाशित माहिती गोळा करा.

संबंधित कृती :

- लेबलचा संग्रह करून विश्लेषण करा.