

# ગ્રાહક શિક્ષણ

પ્રશિક્ષક તાલીમ નિયમસંગ્રહ

શિક્ષણ માર્ગદર્શક માટે તાલીમ નિયમ સંગ્રહ

: લેખક :

ડૉ. નીરજા તેલાપ્રોલુ

: સહપ્રાધ્યાપક :

સંસાધન વ્યવસ્થાપન અને ગ્રાહક વિજ્ઞાન

આચાર્ય એન.જી. રંગા કૃષિ યુનિવર્સિટી

રાજેન્દ્રનગર, હૈદરાબાદ

: સંપાદક :

શ્રી ભંવરલાલ, આઇ.એ.એસ.

સચિવ, ગ્રાહકોની બાબતો,

અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગ, આંધ્ર પ્રદેશ અને

અધ્યક્ષ, ગ્રાહક મંડળો પરની રાષ્ટ્રીય સમિતિ



ગ્રાહકોની બાબતો, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગ  
આંધ્ર પ્રદેશ સરકાર.



ગ્રાહક શિક્ષણમાં પ્રશિક્ષકોને તાલીમ આપવા માટે તાલીમ પુસ્તિકાઓના નિર્માણની કામગીરી સોંપવા બદલ હું શ્રી ભંવરલાલ, આઈએએસ, સચિવ, ગ્રાહક બાબતો, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગ, આંધ્રપ્રદેશ અને અધ્યક્ષ, ગ્રાહક મંડળ અંગેની રાષ્ટ્રીય સમિતિની અત્યંત આભારી છું. સુસંગત અને સંબંધિત વિષયવસ્તુઓનો સમાવેશ કરવા માટે તેમની રચનાત્મક ટિપ્પણી અને મૂલ્યવાન સૂચનો મને અત્યંત મદદરૂપ થયા છે. તેમના સક્ષમ માર્ગદર્શન હેઠળ કાર્ય કરવાનો મારા માટે આહલાદક અનુભવ રહ્યો, જે બદલ હું તેમની આભારી છું. મને આ કાર્યમાં શક્ય તમામ સહાય પૂરી પાડવા બદલ હું મારા સહકર્મચારી મિત્ર શ્રી એલ.એન.વી. પ્રસાદ, સુપરિન્ટેન્ડેન્ટ, ગ્રાહકોની બાબતોનો વિભાગ, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠાનો અત્યંત આભારી છું.

ડો. ટી. નીરજા

**આવૃત્તિ-૨૦૦૬**

સર્વ હક ગ્રાહકોની બાબતો, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા અને આંધ્રપ્રદેશને અધીન

**પ્રકાશક:** કમિશનર, ગ્રાહકોની બાબતો, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગ, આંધ્રપ્રદેશ સરકાર.

## અનુક્રમણિકા

પ્રસ્તાવના:

૧. ગ્રાહક મંડળો મારફત ગ્રાહક શિક્ષણ
૨. ગ્રાહક શિક્ષણના અધ્યાપન માટેના વિસ્તૃત ક્ષેત્રો
૩. ગ્રાહક શિક્ષણ માટેના વિષયવસ્તુ
૪. ગ્રાહક શિક્ષણના અધ્યાપન માટેની પદ્ધતિઓ
૫. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬
૬. સલામતીનો અધિકાર
૭. માહિતીનો અધિકાર
૮. પસંદગીનો અધિકાર
૯. સુનાવણીનો અધિકાર
૧૦. નિવારણનો અધિકાર
૧૧. ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર
૧૨. મૂળભૂત જરૂરિયાતોનો અધિકાર
૧૩. આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર
૧૪. ગ્રાહકની જવાબદારીઓ

## પ્રસ્તાવના

ગ્રાહક શિક્ષણ સમાજ પ્રત્યે પોતાનું યોગદાન વિસ્તૃત બનાવવાનું ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવા માટે જોરશોરથી પ્રયાસ કરી રહ્યું છે. ગ્રાહક શિક્ષણ સ્પર્ધાત્મક વેપાર પ્રણાલીઓ માટેની તકો પૂરી પાડવા માટેના ગ્રાહક શિક્ષણનું માત્ર સંસ્કરણ કરીને મૂલ્યવૃદ્ધિ સિદ્ધ કરવા માટે છે એટલું જ નહિ; પરંતુ ધંધાકીય સાહસોના ધ્યેયને "ગ્રાહક પ્રથમ" તરીકેના ઢાંચામાં પણ ઢાળવા માગે છે. મુખ્યત્વે ગ્રાહકને ઉત્તેજન આપવા માટે આર્થિક અને પારિસ્થિતિક સંસાધનોનો ઇષ્ટતમ ઉપયોગ ગ્રાહક શિક્ષણના યોગદાનને સમજવામાં નિર્ણાયક પરિબલ તરીકે કામ કરે છે.

તમે ભલે વિજ્ઞાન, વિનયન અથવા વાણિજ્ય વિષયના શિક્ષક હોવ - તમે તમારી રોજિંદી શૈક્ષણિક જિંદગીથી કંટાળેલા હોઈ શકો અને ગ્રાહક શિક્ષણમાં તજજ્ઞતા કેળવવામાં વ્યાવસાયિક બનવામાં રસ ધરાવતા હોઈ શકો. તમે અધ્યાપનના કોઈપણ ક્ષેત્રમાંથી હોવ - આ તાલીમ નિયમસંગ્રહ તમને, શોષણયુક્ત હોય તે પ્રકારની અને ખાસ કરીને નિરક્ષર અને ગરીબ ગ્રાહકોને નાણાના મૂલ્યથી વંચિત રાખતી બજાર યુક્તિઓથી સંભાળવામાં ગ્રાહક શિક્ષણના વિશ્વકોશની જેમ તમારી જાતને સર્વાંગી રીતે સજ્જ બનાવવાની શક્યતા શોધવામાં મદદરૂપ થશે.

શિક્ષક માર્ગદર્શક જાણકારી આપવામાં અને નાની વયના વિદ્યાર્થીઓમાં "શાણા ગ્રાહક"ની ટેવો કેળવવામાં ધરીરૂપ ભૂમિકા ભજવે છે. કોઈપણ પ્રકારના શિક્ષણને હંમેશા ગંભીરતાથી લેવાનું હોય છે. એક વખત તમે વિદ્યાર્થીઓને આ જ્ઞાન આપવામાં પ્રગતિ કરો કે તરત જ તમારે વિદ્યાર્થીઓને આ શિક્ષણની ગંભીરતાથી અને આપેલી બજાર પરિસ્થિતિમાંની પ્રણાલીઓથી જાણકાર બનાવવાનું શરૂ કરવાનું છે. ધીમે ધીમે તેમને સંકલ્પનાઓની સમજ આવશે. સ્થાનિક હાટ/બજારો/ ગ્રાહક ફોરમોની મુલાકાતોથી તેમને આનંદ મળશે, જેમાં, ગ્રાહકવાદનું આંતરદર્શન શીખતી વખતે ઓર વધારો થશે. તેઓ તેમની આ કામગીરીમાં ઊંડાણપૂર્વક ખૂંપી જશે અને તમને એવો ખ્યાલ આવશે કે આ એક એવું ક્ષેત્ર છે જેનાથી વિદ્યાર્થીઓની બુદ્ધિપ્રતિભા ખીલી ઉઠશે.

ગ્રાહક શિક્ષણના ક્ષેત્રમાં શિક્ષક માર્ગદર્શકોને પ્રોત્સાહનના જ્ઞાન- આધારિત આદર્શ નમૂનો ગ્રાહક શિક્ષણના સ્થાયીત્વ માટેનો મહત્વનો મુદ્દો બને છે. શિક્ષક માર્ગદર્શકોએ તેમજ ગ્રાહક મંડળોના વિદ્યાર્થી સભ્યોએ લેવાના પ્રારંભિક પગલાને ઔપચારિકતાઓ અને કાર્યરીતિઓ પૂર્ણ કરવામાં તમામ મધ્યસ્થીઓનો સકારાત્મક રીતે સમાવેશ કરીને ગ્રાહકવાદ પર હકારાત્મક અસર ઊભી કરવા માટે દરેક પ્રકરણના અંતે પ્રવૃત્તિઓના રૂપે યોગ્ય રીતે ઘડી કાઢવામાં આવ્યા છે. ઉદાહરણ તરીકે, ભેળસેળયુક્ત હોવાની શંકા ધરાવતી કોઈ ખાદ્ય પ્રોડક્ટનો નમૂનો ખોરાક ભેળસેળ પરિક્ષણ કીટની મદદથી લેતી વખતે કાયદા અનુસાર કેટલીક કાર્યરીતિઓનું પાલન કરવાનું હોય છે.

આ પુસ્તકની ગ્રાહક શિક્ષણના વિસ્તૃત ક્ષેત્રો, ગ્રાહક સુરક્ષા અને ગ્રાહક અધિકારોના કાયદાની જોગવાઈની સાથોસાથ શોષણયુક્ત વેપારપ્રથાઓમાંથી રક્ષણ આપવાની જોગવાઈ કરવા માટે વેપાર અને સેવાઓના નિયમન પરની માહિતીનું વૈવિધ્યસભર વર્ણન કરવામાં આવ્યું છે. માર્ગદર્શક શિક્ષકોને પરિસંવાદો, કાર્યશાળાઓમાં સહભાગી બનાવીને સ્થાનિક હાટ/ગ્રામીણ બજારોમાં, તેમને મુલાકાત લેતા કરીને, તાલીમ કાર્યક્રમોનું આયોજન કરીને, નેતૃત્વ પ્રતિભાઓ શોધીને ઉત્તેજન આપવા માટેના કાર્યક્રમો યોજીને, નવતર પ્રયોગોને પદ્ધતિસર પ્રોત્સાહન આપીને, જ્ઞાન વ્યવસ્થાપનની જાણકારી આપીને, કામગીરીની શ્રેષ્ઠ નીતિમત્તાયુક્ત મંડળ સંસ્કૃતિનું નિર્માણ કરીને, માહિતીના આદાનપ્રદાન માટેની પર્યાપ્ત તકો પૂરી પાડીને, સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનોની મદદ મેળવીને, સામુદાયિક સ્તરે જીવનની ગુણવત્તા સુધારવામાં હરણફાળ ભરીને અને ગ્રાહક શિક્ષણના પ્રસારમાં સ્વસહાય જૂથોનો સમાવેશ કરીને, ગૃહિણીઓને "શાણી ખરીદી", "ઘરેલુ ઉપકરણો"ની સલામતી અને જરૂરિયાત આધારિત ગ્રાહક જાગૃતિનું નિર્માણ કરવાની ટેકનિકો પર તાલીમ આપીને તેમની ક્ષમતાઓની વૃદ્ધિ કરી શકાય.

ગ્રાહક શિક્ષણ દૈનિક જીવનની પરિસ્થિતિઓમાં શિક્ષણ અને મહાવરા કૌશલ્યોની નિરંતર પ્રક્રિયા હોવાથી, પ્રસ્તુત પુસ્તકથી અધ્યાપન પદ્ધતિઓ અને પ્રત્યક્ષ અનુભવોના મહત્વ પર ઝલક આપવામાં આવી છે. અસરકારક રીતે ગ્રાહક શિક્ષણ અધ્યાપન એ ખરેખર, ખાસ કરીને, ગ્રાહક શિક્ષણનો ક્યારેય સંપર્ક ન હોય અથવા કોઈ જ તાલીમ ન લીધેલી હોય તેવા શિક્ષકો કોઈ જ તાલીમ ન લીધેલી હોય તેવા શિક્ષકો માટે અત્યંત કઠિન કામગીરી છે. એક તરફ ગ્રાહક શિક્ષણના વિવિધ પ્રવાહો અને બીજી બાજુએ વિવિધ વિદ્યાશાખાકીય પ્રકારના વિષયોને કારણે ગ્રાહક શિક્ષણ માટેની અધ્યાપન પદ્ધતિઓ અત્યંત મહત્વ ધરાવે છે. બીજું, ગ્રાહક શિક્ષણ એ જ્ઞાનનું માત્ર હસ્તાક્ષરણ નથી; પરંતુ ગ્રાહક શિક્ષણ સાર્થક રીતે આપવામાં ગ્રાહક જે સમાજના સામાજિક-આર્થિક માળખામાં જીવતો તે મહત્વની બાબત સમજવામાં સંબંધિત કૌશલ્યોનો વિકાસ પણ છે. એવી જ રીતે, ક્ષેત્રીય અનુભવોના સાદ્યશીકરણ અને અનુભવાત્મક આંતરસૂઝને ઉત્તેજન આપે તેવી ગ્રાહક પ્રવૃત્તિઓ ગ્રાહક શિક્ષણનું અભિન્ન અંગ બનવી જોઈએ.

મંડળ-પ્રવૃત્તિઓ માટેની શ્રેષ્ઠ કાર્યપ્રણાલીઓ આધારિત સર્વગ્રાહી માર્ગદર્શિકાઓ ઘડવામાં ગ્રાહક મંડળોની કામગીરીના અને અહેવાલના મૂલ્યાંકન માટેના સુવ્યાખ્યાયિત ધોરણો રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય માપદંડો લાંબાગાળાએ મદદરૂપ પુરવાર થશે. તેનાથી, વિદ્યાર્થીઓ સામાજિક ઓડિટ કરવા માટે અને લેબલ પર મુદ્રિત માહિતી, ગેરંટી/વોરંટી કાર્ડ અને વિજ્ઞાપનો જેવા જાહેર કરેલા ધોરણો અને વેપાર/ધંધા દ્વારા ઠરાવેલા ધોરણોનું અનુપાલન થાય તેવું પગેરું રાખવા માટે સક્ષમ બનશે. વેપાર પ્રથાઓ અને ગ્રાહક તકરારોના નિવારણમાં તેના યોગદાનને પ્રવર્તમાન ધંધાકીય પર્યાવરણનું સમગ્ર ચિત્ર પૂરું પાડવા માટે અને ગ્રાહક અધિકારોના સલામતી પગલા માટે અપનાવવા માટેના પગલાઓની પર્યાપ્તતા માટે સમાચારપત્રિકા/ચોપાનિયા અથવા અહેવાલના સ્વરૂપમાં છપાવીને સતત અદ્યતન રાખી શકાય.

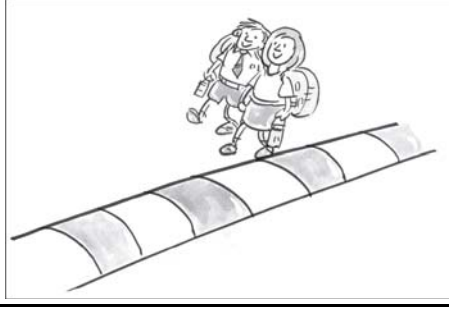
આ સંક્ષિપ્ત પરંતુ અત્યંત મહત્વપૂર્ણ પુસ્તક આધુનિક સમાજમાં ગ્રાહકોએ અનુભવવી પડતી મુશ્કેલીઓ પર પ્રકાશ ફેંકીને નિષ્ક્રમ વેપારીઓ તેમજ ગેરવાજબી વેપાર પ્રથા દ્વારા થતા શોષણમાંથી જનતાને બચાવવા માટેના શક્ય તમામ ઉકેલો આપવામાં હંમેશા મદદરૂપ થતું રહેશે.

આ પુસ્તકની વિષયવસ્તુને મહારવા માટે સહર્ષ સહાય કરનાર પ્રો. કે.વેંકટ રેડ્ડી, પૂર્વ હેડ ઓફ ડિપાર્ટમેન્ટ ઓફ ઇંગ્લીશ અને પ્રિન્સીપાલ, શ્રીકૃષ્ણદેવરાય યુનિવર્સિટી, અનંથપુર-નો આભાર માનું તેટલો ઓછો છે.

આ હેતુ માટે સાહિત્યસામગ્રીનું એકત્રીકરણ કરીને પ્રકરણો લખવામાં, કાર્યશાળાઓ, ચર્ચાસત્રો, બેઠકો અને અન્ય પરામર્શ કાર્યક્રમોમાં કાર્યનોંધ લખીને તેનું સંપાદન કર્યા બાદ સંપૂર્ણ સુધારા કરવાની સમગ્ર પ્રક્રિયામાં અંગત રસ લઈને નિષ્ઠાસભર પ્રયાસો રેડવા બદલ ડો. ટી.નીરજા, એસોસિયેટ પ્રોફેસર, સંસાધન વ્યવસ્થાપન અને ગ્રાહક વિજ્ઞાન વિભાગ, કોલેજ ઓફ હોમ સાયન્સ આંગ્રાઉ (ANGRAU), ગ્રાહકોની બાબતોના ડેપ્યુટી ડાઇરેક્ટર તરીકેની ફરજો બજાવે છે તેમનો અત્યંત ઋણી છું અને હાર્દિક આભારની લાગણી વ્યક્ત કરું છું. આ તમામ સામગ્રીનું વપરાશકર્તા સાનુકુળ પધ્ધતિથી થયેલ પ્રસ્તુતિ તેની લેખનશક્તિની એક અનન્ય શૈલી છે.

શ્રી ભંવરલાલ,

સચિવ, ગ્રાહકોની બાબતો, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગ,  
આંધ્ર પ્રદેશ અને અધ્યક્ષ, ગ્રાહક મંડળો પરની રાષ્ટ્રીય સમિતિ



ગ્રાહક શિક્ષણ ”સામાજિક જરૂરિયાતો અને અધ્યેતાની વ્યક્તિગત જરૂરિયાતો પ્રત્યે પોતાની સંબંધતા” જાળવીને હેતુપૂર્ણ બનવું જોઈએ. શિક્ષણ પર હંમેશા પરિવર્તનના બળોનો પ્રભાવ રહ્યો છે. પરિવર્તનના આ બળોનું સામાન્ય રીતે અભ્યાસક્રમ મારફતે વિતરણ કરી શકાય. સારો અભ્યાસક્રમ ક્યારેય સ્થાયી નથી રહેતો એ હકિકતને કારણે તે સતત બદલાતો રહે છે અને અધ્યેતા કારણે તે સતત બદલાતો રહે છે અને અધ્યેતા માટે યોગ્ય હોય તેવા તમામ વિષય તેમાં અપનાવવામાં આવે છે.

ગ્રાહક શિક્ષણ હવે શાળા-અભ્યાસક્રમના બારણે ટકોરા દઈ રહ્યું છે. તમામ પ્રબુદ્ધ લોકોને તેની જરૂરિયાત સમજાઈ છે. શિક્ષણવિદોએ પણ આવા વિષયને શાળા અભ્યાસક્રમમાં યોગ્ય સ્થાન મળવું જોઈએ એવું સમજવાનું શરૂ કર્યું છે. તેમ છતાં, ગ્રાહક શિક્ષણના નામે શાળેય અભ્યાસક્રમમાં ખરેખર શું મૂકવું જોઈએ તે બાબતને નકકર બનાવવામાં કોઈ જ સુવિચારી અને ગંભીર પ્રયોગ કરવામાં આવ્યો નથી.

ઐતિહાસિક સંદર્ભમાં ભારતમાં ગ્રાહક આંદોલન ઘણી જૂની ઘટના ગણાય. વર્ષોના વર્ષો કાંટાળી કેડી પર સફર કરીને આખરે સન ૧૯૮૬માં જ્યારે ભારતની સંસદે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ પસાર કર્યો ત્યારે આખરે તે પોતાના સીમાચિહ્ન સુધી પહોંચ્યું. વખતોવખત સુધારા કરીને અધિનિયમનો વ્યાપ વધુ વિસ્તારવામાં આવ્યો. હવે, સમગ્ર દેશમાં ગ્રાહક જાગૃતિની લહેર ફરી વળી છે. શાળાએ જતાં વિદ્યાર્થીવર્ગને બાકાત ન રાખતા ભારતીય સમાજના દરેક વર્ગને આ નવી લહેરનો લાભ મળવો જોઈએ.

ગ્રાહક શિક્ષણ વય, જાતિ અને વર્ગને ધ્યાનમાં લીધા વગર સમાજના દરેક વ્યક્તિગત સભ્યને ઉપલબ્ધ કરાવવું જોઈએ.

## ગ્રાહક શિક્ષણ :

- ◆ નવી પેઢીની બદલાતી જરૂરિયાતોને
- ◆ દેશની બદલાયેલી આર્થિક અને ઔદ્યોગિક પરિસ્થિતિને
- ◆ આક્રમક બજાર વ્યૂહો અને ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનોને

ધ્યાનમાં લેતા અનિવાર્યપણે જરૂરી છે.

શાળેય અભ્યાસક્રમમાં યોગ્ય સ્વરૂપમાં ગ્રાહક શિક્ષણથી દેશના એવા ભાવિ નાગરિકો માટે જીવનની વધુ સારી ગુણવત્તા સુનિશ્ચિત થશે કે જેમને "ખરાબ પ્રોડક્ટો" અને "ખરાબ સેવાઓ" સામે રક્ષણ આપવા માટે પૂરતા શિક્ષિત બનાવવાના છે.

## ગ્રાહક શિક્ષણ માટેની જરૂરિયાત :

### ગ્રાહક શિક્ષણ, -

- ◆ ગ્રાહકોને સમાજમાં નાગરિક તરીકેની ભૂમિકાઓ શોધવાની તક પૂરી પાડે છે.
- ◆ ગ્રાહકો અને કાર્યકરોને સમાજના સક્રિય અને જવાબદાર સભ્યો બનવાની તક આપે છે.
- ◆ ઉત્પાદન કરીને પુરવઠો પૂરો પાડતી વ્યક્તિઓ અને ખરીદી કરતી વ્યક્તિઓ વચ્ચેના સંબંધો સમજવામાં વિદ્યાર્થીઓને મદદરૂપ થવાની તક પૂરી પાડે છે.

બાળકો પોતાના જન્મની સાથે જ ગ્રાહક બને છે. નવજાત શિશુ હોસ્પિટલ સેવાઓ, કપડા, પારણું અને પોતાને જરૂરિયાત પડતી હોય તેવી બીજી ચીજવસ્તુઓનો ઉપયોગ કરે છે. ઉંમર જેમ મોટી થતી જાય તેમ, વિદ્યાર્થી દૂધ, પાણી, હવા વિ.નો વપરાશ કરે છે અને રમકડા, સાયકલો વિ. જેવી ચીજવસ્તુઓનો ઉપયોગ કરે છે. એક અર્થમાં, અજન્મા બાળકો પણ ગ્રાહક બનેલા ગણાય કારણ કે તેમની માતાઓ દ્વારા થતા ચીજવસ્તુ અને સેવાઓના વપરાશથી તેમને પ્રતિફળ અસર થતી હોય છે. તેથી, વિદ્યાર્થીવર્ગને હાનિકારક "સેવાઓ" અને "પ્રોડક્ટો"થી બચાવવા જરૂરી છે. વિદ્યાર્થીવર્ગ પ્રોડક્ટો અને સેવાઓનો ઉપભોગ કરવામાં યોગ્ય પ્રકારની પસંદગી કરવામાં પૂરતો પરિપક્વ ન હોવાથી આ બાબત તેમના માટે વધુ અગત્યની બને છે. વળી, તેમને યોગ્ય પસંદગી કરવા માટે જરૂરી જાણકારી નથી હોતી અને તેઓ પોતાના શોષણની વિરૂધ્ધ લડત આપવા માટે પૂરતા પુખ્ત નથી હોતા. ભૂતકાળ સાથે તુલના કરતા, આજના બાળકો પાસે વાપરવા માટે ખૂબ પૈસો છે અને તેઓ પણ પરિવાર દ્વારા થતી ખરીદીને અસર તળે આવે છે.

ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીવર્ગને ઉત્તરજીવિતા, વિકાસ અને સુરક્ષાના અધિકારોથી માહિતગાર રહેવામાં મદદ કરે છે.



સંઘરાષ્ટ્ર (UN) માર્ગદર્શિકામાં ભાર દર્શાવ્યા મુજબ, હાનિકારક બજાર પ્રથાઓ અને જોખમી પેદાશો પ્રત્યે સૌથી વધુ સંવેદનશીલ હોય તેવા તમામ જૂથો સુધી ગ્રાહક શિક્ષણ પહોંચવું જોઈએ.

તેમના માટે ગ્રાહક શિક્ષણ પોતાના શોષણની વિરૂધ્ધ લડત આપવા માટેના જ્ઞાન અને કૌશલ્ય સુનિશ્ચિત કરી શકે છે. છેલ્લા કેટલાક વર્ષોથી ટેકનોલોજીમાં અભૂતપૂર્વ પરિવર્તનો આવ્યા છે. ખરીદીની નવી નવી પધ્ધતિઓ ઝડપથી વિકસતી જાય છે. ઇન્ટરનેટ દ્વારા ખરીદી એક પ્રથા બની ચૂકી છે. ઇલેક્ટ્રોનિક પધ્ધતિથી કરવામાં આવતી ચૂકવણીઓએ રોકડ ચૂકવણીનું સ્થાન લીધું છે. બદલાયેલા સંજોગોમાં, નાણાકીય વ્યવસ્થાપનના પાઠ ખૂબ નાની ઉંમરે શીખવા પડે છે.

### વિવરણ :

તા.૧૬મી ડિસેમ્બર, ૧૯૯૩ના રોજ નવી દિલ્હી ખાતે, ગીચ જનસંખ્યા ધરાવતા નવ દેશોની "સર્વને માટે શિક્ષણ"ની શિખર પરિષદે નિરક્ષરતા નાબૂદ કરીને શિક્ષણને વધુ અર્થપૂર્ણ બનાવવાનો સંકલ્પ અપનાવ્યો. આ સંદર્ભમાં ગ્રાહક શિક્ષણ સમયસરની અને તાકીદની બાબત છે. 'સર્વને માટે શિક્ષણ' હેઠળ યોજાયેલા એક કાર્યક્રમમાં, આયોજકોએ એવા શિક્ષણ માટેની તાત્કાલિક જરૂરિયાત દર્શાવી કે જેનાથી લોકોને પોતાના પરિવારમાં, સમાજમાં, કાર્યસ્થળે અથવા વિશાળ જનસમુદાયમાં પોતાના જીવનની ગુણવત્તાની સુધારણા કરવા માટે જરૂરી એવું પાયાનું જ્ઞાન અને જીવન કૌશલ્યો પૂરા પાડી શકાય. ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીવર્ગને એવી "આવશ્યક જાણકારી અને કૌશલ્યો" પૂરા પાડી શકે છે કે જેનાથી તેઓ ગ્રાહકો તરીકે કામ કરતા હોય ત્યારે તેમના જીવનની ગુણવત્તા પર મહત્વની અસર પડતી હોય છે. આ દ્રષ્ટિબિંદુથી, ગ્રાહક શિક્ષણ "સર્વને માટે શિક્ષણ" કાર્યક્રમો હેઠળ અપનાવવાના વ્યૂહોમાં અગ્રેસર સ્થાનને પાત્ર છે.

તા.૮મી એપ્રિલ, ૧૯૮૫ના રોજ સંઘરાષ્ટ્રો (યુનાઇટેડ નેશન્સ)એ અપનાવેલી ગ્રાહક સુરક્ષા માટેની માર્ગદર્શિકામાં પણ જણાવવામાં આવ્યું છે :

"સરકારે સંબંધિત લોકોની સાંસ્કૃતિક પરંપરાઓને ધ્યાનમાં રાખીને સામાન્ય ગ્રાહક શિક્ષણ અને માહિતી કાર્યક્રમો ઘડવા જોઈએ અથવા તે ઘડવાને પ્રોત્સાહન આપવું જોઈએ. આવા કાર્યક્રમોનો ધ્યેય માલ અને સેવાઓની જાણકારીયુક્ત પસંદગી કરવામાં સક્ષમ અને પોતાના હકો અને જવાબદારીઓથી સજાગ એવા ગુણદોષપારખુ ગ્રાહક તરીકે વર્તવામાં લોકોને પ્રોત્સાહન આપવાનો છે."

### ગ્રાહક શિક્ષણનું મહત્વ:

#### પ્રથમ તબક્કામાં

ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક સમસ્યાઓની તજવીજ કરવામાં પાયાની જાણકારી પૂરી પાડે છે. વિદ્યાર્થી તાર્કિક નિર્ણયો લઈને વિવેકબુદ્ધિયુક્ત ખરીદકર્તા બને છે અને આવી રીતે તે વિજ્ઞાપન અથવા સમજાવટનો શિકાર બની જતો નથી.

### બીજા તબક્કામાં

ટેકનોલોજીમાં થયેલા વિકાસથી બજાર જુદા જુદા માલ અને સેવાઓથી ઉભરાયું છે. તેથી, વિદ્યાર્થી પ્રોડક્ટનો નિર્ણય કરવા માટેની પાયાની જાણકારી અને કૌશલ્યો ધરાવતો હોય તે મહત્વનું છે. ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીવર્ગને આ જાણકારી પૂરી પાડવામાં મદદરૂપ થાય છે.

### ત્રીજા તબક્કામાં

શાળાએ જતા વિદ્યાર્થીઓ મોટે ભાગે તેમના માતાપિતા પર નિર્ભર હોય છે. તેથી, તેઓ પોતાના માતા-પિતાના નાણાનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ કરે તે મહત્વનું છે. ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીવર્ગને જવાબદાર નાગરિકો બનાવવામાં મદદરૂપ થાય છે. ઉપલબ્ધ માલ અને સેવાઓમાં અનેકગણો વધારો થવાથી ખરીદી વધુ મુશ્કેલ બને છે. ચીજવસ્તુઓ ખરીદવા માટેનું બાહ્ય દબાણ સતત વધુને વધુ આધુનિક અને પ્રતિકાર કરવા માટે કઠિન બનતું જાય છે.

આવતીકાલના ગ્રાહકો પોતાની ખરીદીની ટેવોમાં પોતાના માતા-પિતા કરતા પણ વધુ વિવેકબુદ્ધિ યુક્ત બનવાનું શીખે પોતાના હકો અને જવાબદારીઓ વિશે વધુ જાણકાર બને એવું માત્ર શાળાઓમાં જ શક્ય બને

ગ્રાહક શિક્ષણની સૌથી વધુ જરૂર પડતી હોય તેવા લોકો સુધી ગ્રાહક શિક્ષણ પહોંચવું જોઈએ તે સમયની માગ છે.

### ચોથા તબક્કામાં

ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીઓને જોખમી ઔષધો અને એવી પ્રોડક્ટોના "સામૂહિક ગંજ"થી વાકેફ કરી શકે છે. સજાગ વિદ્યાર્થી ગ્રાહકો રાષ્ટ્રગૌરવની વૃત્તિનું જતન કરવામાં મદદરૂપ બનીને રાષ્ટ્રનાં આંખ અને કાન બની શકે.

એવું કહેવાય છે કે ગ્રાહક શિક્ષણ વ્યક્તિની "ગ્રાહક આંખ" ખોલવામાં મદદ કરે છે.

"ગ્રાહક આંખ"ની સંકલ્પનાનો અર્થ એવો થાય કે સુમાહિતગાર ગ્રાહક પોતાના વ્યક્તિગત હિત, સમજાના હિત અને સમગ્ર રાષ્ટ્રને દ્રષ્ટિમાં રાખીને સમાલોચનાત્મક અને વિશ્લેષણાત્મક મૂલ્યાંકન કર્યા પછી જ પ્રોડક્ટ ખરીદે છે.

### પાંચમા તબક્કામાં

ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીને ગ્રાહક તરીકેના પોતાના અધિકારો અને ફરજો જાણવામાં મદદરૂપ થાય છે.

વિદ્યાર્થી, ગ્રાહક શિક્ષણના માધ્યમથી, દેશના જુદા જુદા અધિનિયમો/કાયદાઓ હેઠળ જોગવાઈ કરેલા અધિકારો અને ફરજોથી માહિતગાર બને છે.

આનાથી વિદ્યાર્થીઓને સમાજમાં પોતાની ભૂમિકા શોધવાની તક મળે છે.

### છઠ્ઠા તબક્કામાં

ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીઓને 'ગ્રાહક કોને કહેવાય' અને કાયદાઓ/અધિનિયમોએ ગ્રાહકની વ્યાખ્યા કઈ રીતે કરી છે તે બાબત પણ સામાન્ય શબ્દોથી સમજાવે છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬થી "ગ્રાહક"ની વ્યાખ્યા કરી છે : "ગ્રાહક એટલે એવી વ્યક્તિ જે વપરાશ માટે કોઈ માલ ખરીદતી હોય કે જેના માટે તેણે ચૂકવણી કરેલી હોય અથવા ચૂકવવાનું વચન આપ્યું હોય અથવા અંશતઃ ચૂકવણીનું વચન આપ્યું હોય અથવા વિલંબિત ચૂકવણીની કોઈ પદ્ધતિ હેઠળ ચૂકવણી કરેલી હોય." ગ્રાહકનો અર્થ એવો પણ થાય છે કે જ્યારે માલનો વપરાશ માલિકીની મંજૂરીથી થતો હોય ત્યારે, વપરાશ માટે ખરીદવામાં આવતા માલ બદલ જેણે ચૂકવણી કરેલી હોય અથવા ચૂકવવાનું વચન આપ્યું હોય અથવા અંશતઃ ચૂકવણી કરેલી હોય અને અંશતઃ ચૂકવણીનું વચન આપ્યું હોય અથવા વિલંબિત ચૂકવણીની કોઈ પદ્ધતિ વાણિજ્યિક હેઠળ ચૂકવણી કરેલી હોય તે વ્યક્તિ સિવાયનો આવા માલનો વપરાશકર્તા. તેમ છતાં, ફેરવેચાણ માટે અથવા કોઈ હેતુ માટે આવો માલ મેળવતી વ્યક્તિનો ગ્રાહકમાં સમાવેશ થતો નથી. જો કે ગ્રાહકની વ્યાખ્યા એ કાનૂની સમજ હોવા છતાં ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬થી "ગ્રાહકો કોને ગણવા" તે બાબત સમજાવવામાં આવી છે.

### સાતમા તબક્કામાં

ગ્રાહક શિક્ષણથી વિદ્યાર્થીને આદર્શ ગ્રાહક બનવામાં મદદ કરે છે. આદર્શ ગ્રાહક પોતાને જરૂરી હોય તે જ વસ્તુ ખરીદે છે. અને આવેશમાં આવીને કામ કરતો નથી; પોતાની જાતને છેતરાતા અટકાવે છે; માહિતગાર ગ્રાહક તરીકે વર્તે છે અને માન્યતાપ્રાપ્ત સ્ટોરમાંથી જ ખરીદી કરે છે.

### ગ્રાહક શિક્ષણની વ્યાખ્યા :

ગ્રાહક શિક્ષણ એટલે જુદાં જુદાં લોકો માટે જુદી જુદી વસ્તુઓ. આથી ગ્રાહક શિક્ષણની સર્વસ્વીકૃત હોય તેવી કોઈ એક જ વ્યાખ્યા ન હોઈ શકે.

એક શિક્ષણવિદ્ ગ્રાહક શિક્ષણને "ગ્રાહકોને બજારમાં પોતાની ભૂમિકા અસરકારક રીતે ભજવવામાં મદદ કરે તેવા કૌશલ્યોના અને જ્ઞાનના વિકાસ" તરીકે સમજાવે છે. આમ, ગ્રાહક શિક્ષણ "લોકોને જટિલ, ટેકનોલોજિકલ સમાજમાં જવાબદાર ગ્રાહકો તરીકે કામગીરી કરવામાં સજ્જ બનાવતી હોય તેવી; બજારમાં મકકમ નિર્ણય કરવાની કાર્યરીતિ વિકસાવતી હોય તેવી;

પોતાના હકો અને જવાબદારીઓ નક્કી કરી આપતી હોય તેવી અને સમાજ, અર્થતંત્ર અને પર્યાવરણ પર ગ્રાહકના નિર્ણયની સંચિત અસરની સમજ આપતી હોય તેવી પ્રક્રિયા છે.” બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ”ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેય લોકોને જ્ઞાની અને જાગૃત ગ્રાહકો બનાવવામાં શિક્ષણ આપવાનો અને પોતાની જરૂરિયાતોમાં સજાગ અને મુક્ત રીતે પ્રોડક્ટની પસંદગી કરવામાં સક્ષમ બનાવવાનો છે. આમાં, ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને ઇચ્છાઓને અનુકૂળ બને તેવી તંદુરસ્ત, અસરકારક અને કરકસરયુક્ત સ્પર્ધા તરફ લઇ જવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.”

ગ્રાહક શિક્ષણની વિવિધ વ્યાખ્યાઓને ધ્યાનમાં લેતા એક વાત સ્પષ્ટ થાય છે કે -

- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણથી વ્યક્તિને પ્રબુદ્ધ ગ્રાહક બનવા માટેનું જ્ઞાન, અભિગમ અને કૌશલ્યો મળે છે.
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણથી વિદ્યાર્થીઓને નૈતિકતા અને પર્યાવરણીય વિવેકબુદ્ધિ ધરાવતી પ્રોડક્ટો અને સેવાઓનો ઉપયોગ કરવાના સંસ્કાર મળે છે.
- ◆ વિદ્યાર્થીઓને પ્રોડક્ટ અને સેવાઓનો ઉપયોગ કરતી વખતે પોતાના હકો અને જવાબદારીઓ જાણવામાં તે મદદરૂપ થાય છે.
- ◆ તેનાથી આપણામાં એવી સમજ વિકસે છે કે ઉપયોગ/વપરાશ (Consumption)માં માલ અને સેવા બન્નેનો સમાવેશ થાય છે.

આવી રીતે -

ગ્રાહક શિક્ષણથી આપણા સમાજના વધુ સારા ભાવિ પ્રત્યે સંસ્કરણ કરતી આલોચનાત્મક જાગૃતિ અને જીવન કૌશલ્યો વિકસે છે.

### ગ્રાહક શિક્ષણના ઉદ્દેશો :

ગ્રાહક શિક્ષણના ઉદ્દેશો નીચે મુજબ છે :-

- ◆ વિદ્યાર્થીઓ સુમાહિતગાર ગ્રાહક તરીકેનું વર્તન કરી શકે.
- ◆ સમાજના કાર્યો અને તેમાં પોતાની ભૂમિકા વિશે તેમનામાં સમજ લાવવી.
- ◆ ખાસ કરીને અભાવ કે અછતના સમયગાળા દરમિયાન વિદ્યાર્થીઓ જવાબદાર ગ્રાહકો તરીકે વર્તન કરે તે હેતુથી તેમનામાં સ્વસ્થ અભિગમ વિકસાવવામાં મદદ કરવી.
- ◆ શોષણ વિરૂધ્ધ લડત આપવાના કૌશલ્યો વિકસાવવામાં અને જરૂરી હોય તો જુદાજુદા ગ્રાહક ફોરમમાં કેસો દાખલ કરાવવામાં તેમને મદદ કરવી.

### પ્રાથમિક ધારણાઓ :

શાળાઓમાં ગ્રાહક શિક્ષણ દાખલ કરતી વખતે નીચેની પ્રાથમિક ધારણાઓને ધ્યાનમાં લઇ શકાય :

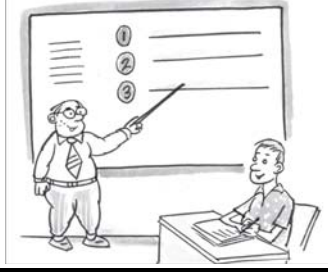
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણના પ્રકારને જ ધ્યાનમાં લઇને તેને વિદ્યમાન અભ્યાસક્રમના પરિશિષ્ટ તરીકે નહિ પરંતુ શિક્ષણમાં એક નવતર પ્રયોગ કે પહેલ તરીકે ગણવું જોઇએ.

- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણ માત્ર જ્ઞાન જ નથી આપતું પણ યોગ્ય વલણો અને કૌશલ્યો વિકસાવે છે.
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણમાંથી મળતા વિચારો વિદ્યાર્થીને પોતાના જીવનની ગુણવત્તા સુધારવામાં મદદરૂપ થાય છે.
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણથી માલ અને સેવાઓની કિંમત, ઉપલબ્ધતા અને ગુણવત્તા વિશે સમાલોચનાત્મક જાગૃતિ કેળવાય છે.
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણ વિદ્યાર્થીને આત્મવિશ્વાસપૂર્વક વર્તવામાં અને તેમનો અવાજ સંભળાય તેવું સુનિશ્ચિત કરવામાં મદદરૂપ થાય છે.
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણ "ગ્રાહક આંખ" ખોલવામાં મદદરૂપ થાય છે જેના થકી એક સુમાહિતગાર ગ્રાહક એક વ્યક્તિગત ગ્રાહક તરીકે કોઈ પ્રોડક્ટને પ્રથમ પોતાના આલોચનાત્મક અને વિશ્લેષણાત્મક દ્રષ્ટિકોણથી અને ત્યાર બાદ વિશાળ સમુદાયના હિતની દ્રષ્ટિથી જુએ છે.

.....

## ગ્રાહક શિક્ષણના અધ્યાપન માટેના વિસ્તૃત ક્ષેત્રો

## એકમ-૨



ગ્રાહક શિક્ષણનો જુદા જુદા લોકો માટે જુદી જુદી વસ્તુ એવો અર્થ થતો હોવાથી તેનું વિષયવસ્તુ, અભિગમો અને અધ્યાપન પદ્ધતિઓ પણ દરેક વ્યક્તિની સમજ અનુસાર જુદી જુદી હોય. એવા કેટલાય વિષયો છે જે ગ્રાહક શિક્ષણ સાથે સુદૃઢ સંપર્ક ધરાવે છે. શાળેય અભ્યાસક્રમની મર્યાદિત ગ્રહણક્ષમતાને ધ્યાનમાં લઈને તે તમામ વિષય શીખવવા મુશ્કેલ બને.

તેમ છતાં, અભ્યાસક્રમ ચલાવવા માટે જુદા જુદા અભિગમો અપનાવવા પડશે. ફેબ્રુઆરી, ૧૯૯૭માં, ગ્રાહક શિક્ષણ માટેની રાષ્ટ્રીય કાર્યશાળા (National Workshop)માં ગ્રાહક કાર્યકરો, શિક્ષણવિદો અભ્યાસક્રમ આયોજકો, શિક્ષકો, રાજ્ય શૈક્ષણિક સંશોધન અને તાલીમ પરિષદોના પ્રતિનિધિઓ, કેન્દ્રિય માધ્યમિક શિક્ષણ બોર્ડ (CSE)ના સભ્યો સહિત શાળા શિક્ષણ બોર્ડના સભ્યોએ અને શાળાઓમાં અપનાવવાના અભ્યાસક્રમનો ઢાંચો બનાવ્યો. તેમણે ગ્રાહક શિક્ષણના અભ્યાસક્રમમાં નીચેના વિસ્તૃત ક્ષેત્રો સૂચવ્યા :-

### ૧. ગ્રાહક વર્તણૂક :

આપણામાંથી મોટા ભાગના લોકો એવું માને છે કે પોતે શાણા અને સુમાહિતગાર ગ્રાહકો છે. પરંતુ ખરેખર તો આપણી વર્તણૂક પર ઘણાં બધા બાહ્ય પરિબલોનો પ્રભાવ હોય છે. આપણે કોઈ ચોક્કસ પ્રોડક્ટ ખરીદીએ છીએ કારણ કે તે આપણા પડોશી પાસે હોય છે અથવા ટેકનિકલ જાણકારી ન ધરાવતી વ્યક્તિએ તે પ્રોડક્ટની ભલામણ કરેલી હોય તેથી ખરીદીએ છીએ તેમાં સહેજ પણ આશ્ચર્ય નથી. અતાર્કિક વર્તણૂક છે કે કોઈ પ્રોડક્ટનો વપરાશ અથવા ઉપયોગ આપણા વ્યક્તિત્વનું વિસ્તરણ કરે છે અને તે આપણી સામાજિક તેમજ સાંસ્કૃતિક ઓળખનો ભાગ છે.

### ૨. ગ્રાહક પસંદગી :

ગ્રાહક ઘણી વખત કિંમત અને ગુણવત્તાના પાસા જોયા વગર જ માલ અને સેવાઓ ખરીદે છે. કેટલીક વખત એવું પણ બનતું હોય છે કે આકર્ષક કિંમતના કારણે ગુણવત્તાને અવગણવામાં આવે છે. ગ્રાહક પસંદગીમાં, પ્રોડક્ટની ગુણવત્તા, જથ્થા અને કિંમતના સંદર્ભમાં તેની વિશે જાણકારી એકત્ર કરવામાં મદદરૂપ થતાં કૌશલ્યનો એક સૂચિતાર્થ રહેલો છે. વ્યવહારમાં, વાતચીત

કરવાનું અથવા વાટાઘાટ કરવાનું કૌશલ્ય પ્રોડક્ટની વાજબી કિંમત નક્કી કરવા માટે પણ જરૂરી છે.

### ૩. બજાર :

બજાર એક એવું સ્થળ છે જ્યાં ઉત્પાદકો પોતાની પ્રોડક્ટ વેચે છે અને ગ્રાહકો તે પ્રોડક્ટ ખરીદે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, બજાર વ્યવસ્થા એ ઉત્પાદકો અને ગ્રાહકો વચ્ચેની એક કડી છે. બજારનું પર્યાવરણ સ્વચ્છ અને તંદુરસ્ત રાખવા માટે બંનેની ફરજ બને છે.

### ૪. નાણા :

નાણું દુર્લભ સંસાધન છે. તેથી તેનો શાણપણપૂર્વક ઉપયોગ થાય તે અત્યંત જરૂરી છે. ગ્રાહકે તે જાણી લેવું જોઈએ કે કોઈપણ પ્રકારની ખરીદીઓ પછીના તબક્કે ચૂકવણી કરવાની છે. ગ્રાહકને પોતાના પરિવારનું અંદાજપત્ર તૈયાર કરવાની પૂરતી જાણકારી હોવી જોઈએ.

### ૫. ગ્રાહક સુરક્ષા :

ઘણા બધા શિક્ષિત ગ્રાહકો પણ પોતાના અધિકારો અને જવાબદારીઓથી માહિતગાર નથી હોતા. કોઈ પ્રોડક્ટ કે સેવાઓ પોતાના સંતોષ મુજબની ન હોય અથવા દુકાનદારો દ્વારા પોતાને છેતરવામાં આવે તો ક્યાં જવું અને શું કરવું તેની તેમને કોઈ જ જાણકારી હોતી નથી. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ના કારણે ગ્રાહક સુરક્ષાનો વ્યાય વધુ વિશાળ બનાવવામાં આવ્યો છે, જેમાં ગ્રાહક અધિકારોની સ્પષ્ટ વ્યાખ્યા કરવામાં આવી છે. વળી, અનેક સરકારી અને બિનસરકારી સંગઠનોએ ગ્રાહક ફરિયાદોમાં તપાસ કરવાના હેતુથી ગ્રાહક સેલ ખોલ્યા છે. તેમ છતાં હજુ પણ ઘણા ગ્રાહકોને તેમનાં સંપર્ક ક્યાં અને કઈ રીતે કરવો તે પણ ખબર નથી હોતી.

### ૬. આરોગ્ય :

ગ્રાહકોનું આરોગ્ય ઘણા બધા પરિબલ પર આધાર રાખે છે. જ્યારે આરોગ્યના પાસાંઓનો બીજા વિષયોમાં સમાવેશ કરવામાં આવતો હોય ત્યારે મુખ્યત્વે નીચેના કારણોસર તેઓ અહીં સમાવેશ કરવો ઉચિત છે :

(ક) ખાદ્ય તેમજ વપરાશની અન્ય ચીજવસ્તુઓ આરોગ્ય પર નકારાત્મક અથવા હકારાત્મક અસર ધરાવતી હોય છે.

(ખ) એવી સેંકડો ગ્રાહક પેદાશો છે જે ભેળસેળયુક્ત હોય છે અને તેનો ઉપયોગ હાનિકારક હોય છે. આવી પ્રોડક્ટનું પરીક્ષણ ક્યાં થઈ શકે અને સંબંધિત સત્તાધિકારીઓને તેનો વળતો રિપોર્ટ કરવાની જાણકારી ગ્રાહક પાસે હોવી જોઈએ. જાહેર વિતરણ વ્યવસ્થા (PDS) ગ્રાહક શિક્ષણના આ ક્ષેત્ર સાથે ધનિષ્ઠ રીતે સંકળાયેલી છે.

### ૭. પર્યાવરણ :

પ્રદૂષણ અને બગાડ જેવી કેટલીક વૈશ્વિક સમસ્યાઓ માટે ઉત્પાદકો અને ગ્રાહકો બંને પોતપોતાની રીતે જવાબદાર છે. એક બાજુ ઉત્પાદનની પ્રક્રિયાઓ અને બીજી બાજુ વપરાશની રીત અને તેનું પ્રમાણ આવી સમસ્યાઓને પેદા કરે છે અથવા તેમાં વધારો કરે છે છે. સમુચિત ગ્રાહક શિક્ષણ મારફત સુનિશ્ચિત થતાં પર્યાવરણ સાનુકૂળ વિકાસ અને સમજદારીપૂર્વકના સલામત વપરાશના સિદ્ધાંતોને ધ્યાનમાં રાખીને થતાં ઉત્પાદનથી પ્રદૂષણ અને બગાડ જો સંપૂર્ણ દૂર ન થઈ શકે તેમ હોય તો પણ તેમાં અવશ્યપણે ઘટાડો થશે.

ઉપર જણાવેલા વિસ્તૃત ક્ષેત્રો માત્ર સૂચક છે. હજુ પણ ઘણા ક્ષેત્રોને આમાં ઉમેરી શકાશે. એક વખત સંપૂર્ણ વિસ્તૃત વિષયો સંપૂર્ણપણે નક્કી થયા પછી એકમો અને પેટાએકમોનું વિષયવસ્તુ ઘડી શકાય. દરેક વિસ્તૃત વિષય હેઠળ આવરી લઈ શકાય તેવા વિષયવસ્તુની ચર્ચા હવે પછીના એકમમાં કરેલી છે.

.....



## ગ્રાહક શિક્ષણ માટેના વિષયવસ્તુ

## એકમ-૩



શાળાઓમાં ગ્રાહક શિક્ષણ આપવા માટેના વિસ્તૃત વિષયો નીચે પ્રમાણે છે :-

૧. ગ્રાહક વર્તણૂક
૨. ગ્રાહક પસંદગી
૩. બજાર
૪. નાણા
૫. ગ્રાહક સુરક્ષા
૬. આરોગ્ય
૭. પર્યાવરણ

શિક્ષણના વિવિધ તબક્કા માટેના ચોક્કસ ઉદ્દેશો, વિષયવસ્તુઓ અને પ્રવૃત્તિઓ નીચે નક્કી કરીને દર્શાવેલી છે :-

### ૧. ગ્રાહક વર્તણૂક

નિશ્ચિત ઉદ્દેશો :-

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. વિદ્યાર્થીને "ગ્રાહક"ના ખ્યાલ વિશે ભાવિ નાગરિક તરીકેની સમજ આપવી.</p> <p>૨. વિદ્યાર્થીને દુર્લભ સાધનો અને અમર્યાદિત જરૂરિયાતો વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૩. વિદ્યાર્થીને જતન અથવા સંરક્ષણના મૂલ્યો સમજાવવા.</p> <p>૪. પરિવાર, મિત્રવર્તુળ અને શાળામાં ગ્રાહક જાગૃતિની સમજને ઉત્તેજન આપવું.</p> <p>૫. વિદ્યાર્થીમાં આદર્શ ગ્રાહકનું વલણ વિકસાવવું.</p>	<p>૧. વિદ્યાર્થીવર્ગને દેશમાંની વિવિધ પરિસ્થિતિઓમાં તેમણે આપનાવવા લાયક વિવિધ ગ્રાહકવર્તણૂક પદ્ધતિઓ વિશે વાકેફ કરવા.</p> <p>૨. રાષ્ટ્રીયસ્તરે સાધનોના અભાવ અને અમર્યાદિત જરૂરિયાતો વિશે વિદ્યાર્થીઓમાં સમજ વિકસાવવી.</p> <p>૩. માલ અને સેવાઓની ખરીદી કરતી વખતે નિર્ણય કરવાના કૌશલ્યો તેમનામાં વિકસાવવા.</p> <p>૪. વિદ્યાર્થીવર્ગને સંગઠિત ગ્રાહક પ્રતિકારની શક્તિઓ વિશે સમજ આપવી.</p>	<p>૧. ગ્રાહકવર્તણૂક સંખ્યાબંધ પરિબલો પર આધારિત છે એવી સમજ આપવી.</p> <p>૨. વિદ્યાર્થીઓને જરૂરિયાત અને કંજૂસાઈ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવવો.</p> <p>૩. પર્યાવરણમાં વધતાં જતા આરોગ્ય જોખમો સંબંધી સમજ આપવી.</p> <p>૪. વિદ્યાર્થીમાં ભારતમાં ગ્રાહક આંદોલન વિશે સમજ વિકસાવવી.</p> <p>૫. રાષ્ટ્રીય અર્થતંત્રમાં ગ્રાહકની ભૂમિકા વિશે વિદ્યાર્થીને માહિતગાર બનાવવો.</p>

	<p>પ. ગ્રાહક હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે ઉપલબ્ધ વ્યવસ્થાતંત્રની મૂલવણી કરવા માટે તેમને સક્ષમ બનાવવા.</p>	<p>ડ. વિદ્યાર્થીને સરકાર અને સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ દ્વારા ગ્રાહક સુરક્ષાના પગલાંઓ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવવો.</p>
--	--	--

## વિષયવસ્તુ :-

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. ગ્રાહકની વ્યાખ્યા-માલ અને સેવા ખરીદતી અને જાહેર ઉપયોગિતાઓનો તેમજ પ્રાકૃતિક સંસાધનોનો ઉપયોગ કરતી હોય તેવી વ્યક્તિ.</p> <p>૨. સજાગ, જવાબદાર અને પર્યાવરણ સાનુકૂળ હોય; ખરેખર જરૂરિયાત હોય ત્યારે જ ખરીદી કરે; પોતાની જાતને છેતરાતા અટકાવે અને પોતાના અધિકારો અને ફરજો વિશે જાણે તેને આદર્શ ગ્રાહક કહેવાય.</p> <p>૩. બાળક- એક ગ્રાહક તરીકે ગ્રાહક- એક નાગરિક તરીકે.</p> <p>૪. અમર્યાદિત સંસાધનો અને અમર્યાદિત જરૂરિયાતો. સંસાધન સંરક્ષણ.</p> <p>૫. ગ્રાહક અને કુટુંબ, નિકટનું વર્તુળ અને શાળા જેવી સામાજિક સંસ્થાઓ/ એકમોની ભૂમિકા.</p>	<p>૧. યુદ્ધ અને શાંતિકાળમાં વપરાશની પદ્ધતિના અનુસંધાનમાં ગ્રાહક વર્તણૂક ચીજવસ્તુઓની અછતના સમયે કૃત્રિમ તંગીને ઊભી કરવાને બદલે બીજા લોકો માટે ભોગ આપવો.</p> <p>૨. <b>બજારની અસરો</b> - સમાચાર માધ્યમોની ભૂમિકા, વેચાણ ઉત્તેજન પ્રવૃત્તિ, વપરાશની વર્તણૂક("વેચાણ", "ભેટ" વગેરેથી ન હોય તેવી.)</p> <p>૩. મર્યાદિત રાષ્ટ્રીય સંસાધનો, અમર્યાદિત જરૂરિયાતો, સામાજિક અસમતુલાઓ (પ્રાદેશિક અસમતુલાઓ, ગ્રામીણ વિરુદ્ધ શહેરી, લૈંગિક અને આર્થિક અસમાનતાઓ. સંસાધનોનો બુદ્ધિપૂર્વકનો ઉપયોગ, પ્રથમ અનિવાર્ય જરૂરિયાતો પરિપૂર્ણ કરવી અને ત્યારબાદ છેલ્લે સુખસગવડો પરિપૂર્ણ કરવી. અને તેના આધારે કરવામાં આવતી ગ્રાહક વર્તણૂક.</p> <p>૪. <b>ગ્રાહક સમસ્યાઓ અને ગ્રાહક ઉપાયો</b> - લેબલ, સલામતી પગલાંઓ, ગુણવત્તા ચિહ્નો અને પ્રમાણચિહ્નો, પેકેજિંગ-ગ્રાહક સંગઠનો- ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવામાં તેમની ભૂમિકા.</p>	<p>૧. વર્તણૂકલક્ષી પદ્ધતિને અસર કરતા પરિબલો- ટેવ, કિંમત પ્રોડક્ટનો દેખાવ, લાગણી વગેરે</p> <p>૨. ગ્રાહકવાદ અને ગ્રાહક આંદોલન વચ્ચેનો તફાવત,</p> <p>૩. ગ્રાહક આંદોલનનું ઐતિહાસિક પરિપ્રેક્ષ્ય.</p> <p>૪. રાષ્ટ્રીય અને વૈશ્વિક સ્તરે સંસાધનોનું સંરક્ષણ</p> <p>૫. રાસાયણિક ખાતરો, જંતુનાશક દવાઓ, ઔષધો અને પરિરક્ષક ઔષધોના ઉપયોગના સંબંધના ગ્રાહક આરોગ્ય અને ખાદ્યચીજ ભેળસેળ</p> <p>૬. ગ્રાહક સુરક્ષા માટેના ઉપાયો- વ્યક્તિગત અને સામૂહિક પગલાંઓ.</p> <p>૭. સરકારી એજન્સીઓ અને સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનો દ્વારા લેવામાં આવતા ગ્રાહક સુરક્ષા પગલાં- સંક્ષિપ્ત વર્ણન</p>

## પ્રવૃત્તિઓ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. વિદ્યાર્થીઓ સામાન્ય રીતે વાપરતા હોય તેવી ચીજવસ્તુઓ એટલે કે લેખનસામગ્રીની વસ્તુઓ, નોટબુક, રબર, પેન્સિલ, ટોફી, ચીપ જેવી ખાવાની ચીજવસ્તુઓ પર સ્કેપબુક તૈયાર કરવી.</p> <p>૨. પીવાનું પાણી, વીજળી, કાગળ વગેરે જેવા સંસાધનોના સંરક્ષણના મુદ્દાઓ ઉપર બુદ્ધિકસોટી અને જૂથ ચર્ચાઓ ગોઠવવી.</p> <p>૩. સંસાધનોના સંરક્ષણ માટે સામૂહિક પ્રવૃત્તિઓ ગોઠવવી(નાટિકા ભજવવી અને સમૂહગાન).</p> <p>૪. જંકફૂડના વપરાશને નિરૂત્સાહી બનાવવા માટે શિક્ષકે વિદ્યાર્થીઓની મદદથી તેમના લંચબોક્સનું નિરીક્ષણ કરવું.</p>	<p>૧. જાહેરાતો અને ગ્રાહક નિર્ણયો ઉપર તેના પ્રભાવ વિશે સમૂહચર્ચા ગોઠવવી.</p> <p>૨. જાહેરાતો અને બીજા ગ્રાહક પ્રશ્નોને લગતા વર્તમાનપત્ર અને સામયિકની નોંધો પર બુલેટિનબોર્ડ તૈયાર કરવું.</p> <p>૩. આસપાસમાં આવેલા ગ્રાહક સંગઠનોની મુલાકાત લેવી અને ગ્રાહકોને થતી છેતરપિંડીના સમયે તેઓ ગ્રાહકના બચાવ માટે કઈ રીતે કામ કરે છે તેની ચર્ચા ગોઠવવી.</p> <p>૪. શાળાઓમાં ગ્રાહક મંડળોની સ્થાપના અને પુસ્તકની દુકાન, કેન્ટિન અને અન્ય વેચાણ પ્રવૃત્તિઓ પર દેખરેખનિયમન કરવા જેવી ગ્રાહક સંબંધી પ્રવૃત્તિઓનું આયોજન.</p> <p>૫. ગ્રાહકોને લગતા પ્રશ્નો અને રાષ્ટ્રીય સંસ્થાનોના સંરક્ષણના વિષયો પર પોસ્ટર સ્પર્ધા અને વક્તૃત્વ સ્પર્ધા ગોઠવવી.</p>	<p>૧. ગ્રાહક ફોરમોની મુલાકાત લેવી - ગ્રાહક કેસોની કાર્યવાહીઓનું અવલોકન કરવું.</p> <p>૨. પ્રોડક્ટની કિંમત, તેનું પેકેજિંગ, ગુણવત્તા ચિહ્નો, લેબલ, ઉત્પાદન અને તેની આવરદા મુદત પૂરી થવાની તારીખ, ગેરંટી, વેચાણ પછીની સેવાઓની ઉપલબ્ધતા અને આવી બાબતો પર દુકાનદારને પ્રશ્નો પૂછવામાં આવે ત્યારે તેનું વર્તન વગેરેનું વિશ્લેષણ કરવા માટે બજારમોજણીઓ ગોઠવવી.</p> <p>૩. ખોરાક ભેળસેળની ચકાસણી માટે સરળ પરિક્ષણો હાથ ધરવા.</p> <p>૪. આંતરરાજ્ય સંસાધનો- પાણી, વીજળી, પરિવહન વગેરેના હિસ્સા પર ચર્ચાઓ ગોઠવવી.</p> <p>૫. ખરીદવેચાણની ચાલાકીભરી યુક્તિઓ અને ગ્રાહકોને લગતા અન્ય પ્રશ્નો પર શેરી નાટકો ગોઠવવા.</p> <p>૬. કૃત્રિમ ગ્રાહક ફોરમનું આયોજન કરવું.</p> <p>૭. ગ્રાહક સુરક્ષા ઉપાયો પર પ્રોજેક્ટ તૈયાર કરવો.</p>

## ૨. ગ્રાહક પસંદગી

### વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક પસંદગીના અર્થ વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૨. પરિવારની કલ્પના વિશે વિદ્યાર્થીઓને સમજ આપવી.</p> <p>૩. વિદ્યાર્થીઓમાં પ્રોડક્ટની ગુણવત્તા, કિંમત અને તેની સલામતી વિશે જાગૃતિનું નિર્માણ કરવું.</p> <p>૪. માલ અને સેવાઓની પસંદગીમાં તેમનામાં કૌશલ્યોનો વિકાસ કરવો.</p>	<p>૧. વિદ્યાર્થીઓને ખરીદી કરતી વખતે પસંદગી અને સ્પર્ધા વિશેની જાણકારી આપવી.</p> <p>૨. વિદ્યાર્થીઓને સારી ખરાબ પ્રોડક્ટો વચ્ચેનો ભેદ પારખવામાં સક્ષમ બનાવવો.</p> <p>૩. માલ ખરીદવા માટે ગ્રાહક સહાયનો ઉપયોગ કરવાના કૌશલ્યો વિદ્યાર્થીમાં વિકસાવવા.</p> <p>૪. જાહેરાતોની ભૂમિકાની સમજ આપવી.</p>	<p>૧. વિદ્યાર્થીઓને બજારમાં પ્રવર્તમાન ગેરરીતિઓ વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૨. વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહકોએ અનુભવવી પડતી વિવિધ સમસ્યાઓ વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૩. ગ્રાહક સમસ્યાઓ નક્કી કરવામાં વિદ્યાર્થીઓને મદદરૂપ થવું.</p> <p>૪. ઉત્પાદકો અને વિજ્ઞાપનકારોની ચાલાકીભરી યુક્તિઓ અને વ્યૂહરચનાઓ વિશે વિદ્યાર્થીઓને સમજ આપવી.</p> <p>૫. વિદ્યાર્થીઓમાં ગ્રાહક સમસ્યાઓનો ઉકેલ લાવવાના કૌશલ્યો વિકસાવવા.</p>

## વિષયવસ્તુ :-

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. ગ્રાહક પસંદગી કરવી – બજારમાં સ્પર્ધાત્મક કિંમતે મળતી પ્રોડક્ટો અને સેવાઓની વિવિધતા અને તેની ઉપલબ્ધતા.</p> <p>૨. અભાવ – જરૂરિયાતો, સવલતો અને સુખસુવિધાઓનો અર્થ.</p> <p>૩. ગુણવત્તા, સલામતી અને કિંમતનો અર્થ અને તેમની વચ્ચેનો સંબંધ.</p> <p>૪. જરૂરિયાત આધારિત હોય અને જાહેરાત આધારિત ન હોય તેવી ખરીદીઓ.</p>	<p>૧.માલની પસંદગીને પ્રતિકૂળ અસર કરતા પરિબલો- વિજ્ઞાપન, આકર્ષક પેકેજિંગ, વળતર વગેરેની ભૂમિકા, જરૂરિયાત અનુસાર ખરીદી કરવાનું મહત્વ.</p> <p>૨.પ્રોડક્ટની ગુણવત્તા નક્કી કરતા પરિબલો- આરોગ્ય, સલામતી, પર્યાવરણ સાનુકૂળતા અને જૈવનાશવંતતા (બાયોડિગ્રાબિલીટી).</p> <p>૩.ગ્રાહક સાધનોનો અર્થ અને તેનું મહત્વ- લેબલ, પેકેજિંગ અને માનકચિહ્ન, કાયદાની ભૂમિકા.</p> <p>૪.જાહેરાતો- ભૂમિકા, જરૂરિયાતો, તેના પ્રકાર અને ગુણદોષ.</p>	<p>૧.બજારમાં થતી સામાન્ય ગેરરીતિઓ- ભેળસેળ, કિંમતમાં ઘાલમેલ, ખોટાલેબલ, ખોટુંવજન દર્શાવવું વગેરે.</p> <p>૨.સામાન્ય ગ્રાહક સમસ્યાઓ- કાળાબજાર, નકલખોરી, સંગ્રહખોરી, વધુ કિંમત વસૂલવી, કિંમતની રસીદ ન કાઢી આપવી વગેરે.</p> <p>૩.ગ્રાહકોની સમસ્યાઓમાં ઉમેરો કરતા પરિબલો- ગ્રાહકની ઉદાસીનતા, અજ્ઞાન, નિરક્ષરતા, ગરીબી અને પ્રતિકારની વૃત્તિનો અભાવ.</p> <p>૪.ઉપર જણાવેલી સમસ્યાઓનો ઉકેલ- દુકાનનો બહિષ્કાર, વ્યક્તિગત રીતે અને સામૂહિક રીતે લડત આપવી, બદમાશ વેપારી પર ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ હેઠળ કાનૂની કાર્યવાહી કરવી.</p> <p>૫.મફત ભેટ, એક્ષચેન્જ ઓફર, વળતરથી થતા વેચાણ વગેરેના સ્વરૂપમાં ઉત્પાદકો અને વિજ્ઞાપનકારો દ્વારા આચરવામાં આવતી યુક્તિઓ અને તેમની વ્યુહરચના.</p>

## પ્રવૃત્તિઓ:-

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧. જરૂરિયાતો, સવલતો, સુખ સુવિધાઓની યાદી બનાવવી.</p> <p>૨. સલામત અને બિનસલામત ચીજવસ્તુઓ- રમકડાંઓ, ખાદ્યચીજો વગેરે જેવી વસ્તુઓ પર વર્ગખંડમાં ચર્ચા ગોઠવવી.</p> <p>૩. ગ્રાહકની પ્રાથમિક જરૂરિયાતો પર પોસ્ટર ચર્ચા ગોઠવવી.</p> <p>૪. માલની ગુણવત્તા અને સાચી તેમજ ભ્રામક જાહેરાતો પર વર્ગચર્ચા ગોઠવવી.</p>	<p>૧. બજારમાં મળતી વિવિધ પ્રોડક્ટોની કિંમત સહિતની યાદી બનાવવી.</p> <p>૨. ગ્રાહક સહાય પરની વર્ગચર્ચા.</p> <p>૩. AGMARK, ISI, FPO, WOOL MARK જેવા જુદા જુદા પ્રમાણનિહનો અને તેના અર્થ બુલેટિનબોર્ડ પર પ્રદર્શિત કરવા.</p> <p>૪. વિવિધ ગ્રાહક ઉપાયો પર સ્કેપ બુક તૈયાર કરાવવી.</p> <p>૫. ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો શોધીને/ નકકી કરીને તેની પર સંક્ષિપ્ત અહેવાલ તૈયાર કરવો.</p> <p>૬. કચરામાંથી ઉપયોગી ચીજવસ્તુઓ બનાવવી.</p> <p>૭. રોજિંદા વપરાશની ચીજવસ્તુઓનું જૈવનાશવંત અને બિનજૈવનાશવંત વસ્તુઓ તરીકે વર્ગીકરણ કરવું. બિનજૈવનાશવંત ચીજવસ્તુઓ માટેના વિકલ્પો સૂચવવા.</p> <p>૮. રોજિંદા જીવનમાં વપરાતી સલામત અને બિનસલામત ચીજવસ્તુઓ પર વર્ગચર્ચા- ઉદાહરણ તરીકે - રેપરના આવરણમાં વેચાતી ખાદ્યચીજો અને ખુલ્લી ખાદ્યચીજો.</p>	<p>૧. પ્રવર્તમાન ગેરરીતિઓ પર મોજણી, વર્ગચર્ચા અને અહેવાલ તૈયાર કરવો.</p> <p>૨. ગ્રાહક સમસ્યાઓ અને તેના ઉકેલો પર કેસ સ્ટડી તૈયાર કરવા.</p> <p>૩. વિજ્ઞાપનોનું વિષયવસ્તુ અને તેની અસરોનું સમાલોચનાત્મક વિશ્લેષણ અને વર્ગચર્ચા.</p> <p>૪. ઉત્પાદકો અને વિજ્ઞાપનકારો દ્વારા વાપરવામાં આવતી ચાલાકીભરી યુક્તિઓ અને વ્યૂહરચનાઓ પર ચર્ચા.</p> <p>૫. ગ્રાહક સમસ્યાઓ અને તેના ઉકેલો વિશે લેખ ધરાવતા બુલેટિનબોર્ડ તૈયાર કરવા.</p>

## 3. બજાર

## વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વિદ્યાર્થીઓને બજારનો અર્થ સરળ ભાષામાં સમજાવવો.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને જરૂરિયાતો અને ઇચ્છાઓ વચ્ચેનો ભેદ પારખવા સક્ષમ બનાવવા. ૩. સારાખરીદકર્તા તરીકેના કૌશલ્યો અને સારા બજારની સમજ વિકસાવવી.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને બજારના વિવિધ ઘટકો વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને બજારની પ્રક્રિયાઓ વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૩.માલ અને સેવા વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરાવવો.</p> <p>૪.તુલનાત્મક પરીક્ષણ વિશે જાગૃતિ અને જાણકારીનું નિર્માણ કરવું.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને ગ્રાહકોની બજાર તરફથી રાખવામાં આવતી અપેક્ષાઓ વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને વિવિધ પ્રકારના બજારો વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૩.બજારમાં પ્રવર્તમાન ગેરરીતિઓ વિશે વિદ્યાર્થીને માહિતગાર કરવો.</p> <p>૪.વિદ્યાર્થીને "કાળાબજાર" વિશે માહિતગાર કરીને આવા બજારોમાં આપવામાં આવતી લાલચોનો પ્રતિકાર કરવા માટેના અભિગમો વિકસાવવાની જરૂરિયાત અંગે તેમને જાણકારી આપવી.</p> <p>૫.વિદ્યાર્થીવર્ગને તેમના પોતાના અધિકારો અને હિતોનું રક્ષણ કઈ રીતે કરવું તે વિશેની માહિતી આપવી.</p>



## વિષયવસ્તુ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.બજારનો સરળ અર્થ (વિદ્યાર્થીની અડોશપડોશમાં સામાન્ય રીતે જોવા મળતા બજાર તરીકે).</p> <p>૨.બજારમાં કામ કરતા પરિબળો- ખરીદકર્તા અને વિકેતા- તેમના સંબંધો.</p> <p>૩.શાણો ખરીદદાર-નાણાનું સાચું મૂલ્ય મેળવવું, ચીજવસ્તુ સૌથી ઓછી કિંમતે ક્યાં મળે છે તે શોધી કાઢવું, પ્રોડક્ટની ગુણવત્તાને મહત્વ આપવું.</p> <p>૪. માનવીની સૌથી અગત્યની જરૂરિયાતો- રોટી, કપડા ઔર મકાન.</p>	<p>૧.બજારનો ખ્યાલ- ખરીદનાર, વેચનાર, માલ અને સેવાઓ.</p> <p>૨.માલ અને સેવાઓ વચ્ચેનો તફાવત.</p> <p>૩.યોગ્ય વસ્તુ ખરીદવી.</p> <p>૪.બજારમાં આચરણમાં મૂકવાની અને અનુસરવાની નીતિઓ અને મૂલ્યો એટલે કે બજારમાં શું કરવું અને શું ન કરવું તેની જાણકારી.</p> <p>૫.ગ્રાહક જાગૃતિનો પ્રસાર કરતી હોય તેવી સંસ્થાની જાણકારી.</p> <p>૬.બજારની હસ્તક્ષેપ પ્રથા, દાખલા તરીકે- સુપરબજાર અને સહકારી બજાર ઊભું કરવું.</p> <p>૭. કિંમતો અને પ્રોડક્ટની જાહેરાત.</p>	<p>૧.ગ્રાહકની બજાર તરફથી અપેક્ષા- સલામતી, ટકાઉક્ષમતા, કાર્યક્ષમતા, સ્પર્ધાત્મક કિંમત, ગુણવત્તા, ગેરંટી અને વોરંટી.</p> <p>૨.બજારના અમુક અગત્યના પ્રકારો- જથ્થાબંધ બજાર, છૂટક દુકાનો, સહકારી દુકાનો, વિવિધ ચીજવસ્તુ વેચતી દુકાનો, ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર- સંક્ષિપ્ત વર્ણન.</p> <p>૩.ફરિયાદો દાખલ કરવી - અનુસરવાના વિવિધ પગલા.</p> <p>૪.ગ્રાહક સુરક્ષાનો ખ્યાલ (જેનું વિગતવાર વર્ણન એકમ-૫માં આપેલું છે.)</p> <p>૫.જિલ્લા ગ્રાહક ફોરમોના સરનામા.</p> <p>૬.ગેરવાજબી વેપારપ્રથા.</p> <p>૭.ભેળસેળના ખ્યાલની સમજ.</p> <p>૮.ઉદારીકરણ અને વૈશ્વીકરણ.</p> <p>૯.ખરીદનાર અને વેચનારની સામાજિક જવાબદારીઓ</p> <p>૧૦.માનકચિહ્નનો અને પ્રોડક્ટની ગુણવત્તા.</p> <p>૧૧.કાળાબજાર (સિનેમા થિયેટર, રેલવે અને એરલાઈન્સની ટિકીટબારી જેવા સ્થળે કાળાબજારના વિવિધ દ્રશ્યો, સંગ્રહખોરીથી પ્રોડક્ટની અછત ઊભી કરવી.</p>

## પ્રવૃત્તિઓ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.શાળા કેન્ટિનની મુલાકાત અને તેની પ્રવૃત્તિઓનું અવલોકન</p> <p>૨.બજારોના ફોટોગ્રાફનો સંગ્રહ; તોલમાપ અને ત્રાજવાના ફોટોગ્રાફનો સંગ્રહ.</p> <p>૩.જરૂરિયાતો, સવલત અને સુખ સુવિધા હેઠળ આવી શકે તેવી ચીજવસ્તુઓના ચિત્રોનો સંગ્રહ.</p>	<p>૧.બજારના વિવિધ પાસાઓ પર વકતવ્યો અને ચર્ચા ગોઠવવી.</p> <p>૨.જિલ્લા ગ્રાહક ફોરમની મુલાકાત.</p> <p>૩.બજારો પર મોજણી હાથ ધરવી. ૪.બજાર વિશેની વાતો ધરાવતા લેખ, સમાચારોનો સંગ્રહ કરવો.</p>	<p>૧.પરિક્ષણ પ્રયોગશાળાઓ અને ગ્રાહકમંડળોની મુલાકાત.</p> <p>૨.મંચ પર હાસ્યનાટક અને નાટકો ભજવવા.</p> <p>૩.બજારમાં પ્રવર્તમાન ચલણ દર્શાવતા વર્તમાનપત્રોના લેખ પ્રદર્શિત કરવા.</p> <p>૪.વકતૃત્વનું આયોજન કરવું.</p>

## ૪. નાણા

## વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વિદ્યાર્થીને ગ્રાહકો પાસે ઉપલબ્ધ એવા મુખ્ય સંસાધન તરીકે નાણાના ખ્યાલથી પરિચિત કરવા.</p> <p>૨.તેમને નાણા-વિનિમય અને નાણાના બચત કાર્યની સમજ આપવી.</p> <p>૩.શાણી ખરીદી કઇ રીતે કરવી તેની સમજ આપવી.</p> <p>૪.રોકડ અને ઉધાર ખરીદીઓ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવવો.</p> <p>૫.વિદ્યાર્થીવર્ગમાં બચતના પાયાના કૌશલ્યનું નિર્માણ કરવું.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીઓને નાણાનો ખ્યાલ એક મર્યાદિત સ્ત્રોત તરીકે અને તેના વિવિધ ઉપયોગો વિશે પરિચિત કરવા.</p> <p>૨.ખરીદીના વિવિધ પ્રકારો વિશે સમજ આપીને તફાવત દર્શાવવો.</p> <p>૩.પરિવારનું અંદાજપત્ર તૈયાર કરવામાં કૌશલ્ય વિકસાવવું.</p> <p>૪.વિદ્યાર્થી વર્ગને બચતના મૂલ્યોની કદર કરતા શીખવવું.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને - પરિવાર, શાળા અને રાષ્ટ્રીય સ્તરે અંદાજપત્ર તૈયાર કરવાના મૂલ્યો વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને બચત અને મૂડીરોકાણ વિશેનો તફાવત સમજાવવો.</p> <p>૩.પરિવાર અંદાજપત્રમાં ફૂગાવાની અસરોનું મૂલ્યાંકન સમજાવવું.</p> <p>૪.વિદ્યાર્થીઓને સબસીડીના ખ્યાલથી પરિચિત કરવા.</p> <p>૫.વિદ્યાર્થીઓને ક્રેડિટકાર્ડના ઉપયોગથી પરિચિત કરવા.</p> <p>૬.બચત કરવાના અને મૂડીરોકાણ કરવાના કૌશલ્યો વિશે લોકોને સમજાવવા.</p>

## વિષયવસ્તુ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.નાણાનો અર્થ- સંસાધન તરીકે નાણું</p> <p>૨.નાણાના કાર્યો- સંસાધન, માધ્યમ, પ્રમાણભૂત ધોરણ અને દુકાન</p> <p>૩.રોકડ અને ઉધારથી થતી ખરીદી.</p> <p>ખરીદીની સારી ટેવો કેળવવી.</p> <p>૪.બચત- તેના અર્થ અને કાર્યો</p>	<p>૧.નાણા અને તેના ઘટકો- ચલણી નોટો અને સિકકાઓ.</p> <p>મર્યાદિત નાણું- તેના ઉપયોગો.</p> <p>તમામ જરૂરિયાતો સંતોષવામાં મુશ્કેલી.</p> <p>૨.ખરીદીના વિવિધ પ્રકાર: રોકડ, ઉધાર અને હપ્તા ખરીદી</p> <p>૩.પરિવાર અંદાજપત્ર, તેના ઘટકો અને મહત્વ- આવક, ખર્ચ અને બચત.</p> <p>૪.બચતના વિવિધ સ્વરૂપો.</p>	<p>૧.ખરીદીઓના વિવિધ સ્વરૂપો- રોકડ ખરીદી, હપ્તા ખરીદી અને ક્રેડિટ કાર્ડથી થતી ખરીદી.</p> <p>૨.સમતોલ અંદાજપત્ર તૈયાર કરવામાં લીધેલા પગલાં.</p> <p>૩.બચત અને મૂડીરોકાણ- તેના પ્રકારો અને ગુણદોષો.</p> <p>૪.ફૂગાવાનો અર્થ- પરિવાર અંદાજપત્ર પર તેની અસર.</p> <p>૫.સબસિડી અને ટેવું- અર્થ અને અસર. ૬.બચત ખાતા, ચાલુ ખાતા અને બાંધી મુદતના ખાતા હેઠળ બેન્કોમાં બચત અને મૂડીરોકાણો, બીજા પ્રકારના મૂડીરોકાણોમાં બચતનું વિસ્તરણ અને બેન્કના મૂડી રોકાણોની સરખામણીમાં તેમાંથી મળતા વળતર</p>

## પ્રવૃત્તિઓ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.ઘરમાં પૈસો કેટલો વપરાય છે તે અંગે વર્ગચર્ચા.</p> <p>૨.રોકડ અને ઉધાર ખરીદીના લાભાલાભ વિશે વર્ગચર્ચા. તારણો કાઢવા.</p> <p>૩.ઘરમાં ગલ્લા બેન્ક/દાબડા બેન્ક રાખીને બચતના કૌશલ્યો વિકસાવવા.</p> <p>૪.બચતના મહત્વ સંબંધી હાસ્યનાટક</p>	<p>૧.પોતાના પરિવારે અગાઉના મહિને પોતાના નાણાનો ઉપયોગ કઈ રીતે કર્યો છે તે બાબતની વર્ગચર્ચાના લાભાલાભ.</p> <p>૨.બચતના વિવિધ પ્રકારો અને બચતના લાભાલાભ વિશે વર્ગચર્ચા</p> <p>૩.કેસ સ્ટડી પર બુલેટિનબોર્ડ તૈયાર કરવા (દા.ત. કોઈ પરિવારે કાર હપ્તા પધ્ધતિથી ખરીદી પરંતુ આખરે તે ખૂબ મોંઘી સાબિત થઈ) ૪.કોઈ કલાસ પિકનિક અથવા શાળાના કોઈ કાર્યક્રમ પર અનુમાનિત અંદાજપત્ર તેના વિવરણ સહિત તૈયાર કરવું.</p>	<p>૧.વર્ગચર્ચાના હેતુથી બુલેટિન બોર્ડ પર પરિવાર અને રાષ્ટ્રીય અંદાજપત્ર તૈયાર કરવું.</p> <p>૨.બચત અને મૂડીરોકાણના વિવિધ સ્વરૂપો પર પ્રોજેક્ટ તૈયાર કરવા.</p> <p>૩.ફૂગાવો, સબસિડી અને પરિવાર અંદાજપત્ર પર થતી તેની અસરો વિશે ચર્ચા.</p> <p>૪.ફૂગાવો, સબસિડી અને રાષ્ટ્રીય દેવા અંગે નામાંકિત અર્થશાસ્ત્રીઓ દ્વારા વાર્તાલાપ.</p> <p>૫."માથાદીઠ ફી" (કેપીટેશન ફી - તેના લાભાલાભ) વિશે ચર્ચા.</p>

## પ. ગ્રાહક સુરક્ષા

### વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.બજારમાં થતી સંભવિત ગેરરીતિઓ અને આવી પરિસ્થિતિઓમાં સાવધ રહેવાની જરૂરિયાત પર વિદ્યાર્થીઓને સજાગ કરવા.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીઓને મહત્વની વ્યક્તિઓને અહેવાલ આપવાના સંભવિત ફાયદા જણાવવા.</p> <p>૩.ઉપચારાત્મક ઉકેલોનો કૌશલ્યો તેનામાં વિકસાવવા.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને ગ્રાહક તરીકેના તેના અધિકારોની સમજ આપવી.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને ગ્રાહક તરીકેની તેની ફરજો સમજાવવી.</p> <p>૩.વિદ્યાર્થીને ગ્રાહક સુરક્ષા અને ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ વિશે માહિતગાર કરવા.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક સુરક્ષાની સંકલ્પના વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ની મહત્વની લાક્ષણિકતાઓ વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૩.ગ્રાહકોને મદદ કરવાના હેતુથી સંસદે પસાર કરેલા મહત્વના કેટલાક અધિનિયમો વિશે માહિતગાર કરવા.</p> <p>૪.વિદ્યાર્થીઓમાં ફરિયાદો દાખલ કરવાના કૌશલ્યો/ગ્રાહક ફોરમમાં ફરિયાદો ફાઇલ કરવામાં મદદ લેવાના કૌશલ્યો વિકસાવવા.</p> <p>૫.વિદ્યાર્થીઓને નાગરિક અધિકાર પત્ર વિશે સમજ આપવી.</p> <p>૬.ગ્રાહકોના અધિકારોને સલામત રાખતા હોય તેવા જુદા જુદા કાયદાઓ પ્રત્યે વિદ્યાર્થીઓમાં હકારાત્મક અભિગમ વિકસાવવો અને તેમને ગ્રાહકોએ અદા કરવાની ફરજો વિશે પણ કેળવણી આપવી.</p>

## વિષયવસ્તુ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.બજારમાં થતી ગેરરીતિઓ અને સારી પ્રણાલીઓ.</p> <p>૨.ઉપચારાત્મક પગલા વિશે માહિતી.</p>	<p><b>૧.ગ્રાહકના અધિકારો:</b></p> <p>(૧)સલામતીનો અધિકાર (૨)માહિતગાર થવાનો અધિકાર (૩)પસંદગીનો અધિકાર (૪)સુનાવણીનો અધિકાર (૫)ફરિયાદ નિવારણનો અધિકાર (૬)ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર (૭)આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર (૮)પ્રાથમિક જરૂરિયાતોના સંતોષનો અધિકાર - સંક્ષિપ્ત વર્ણન</p> <p><b>૨.ફરિયાદ નિવારણની પદ્ધતિઓ:</b></p> <p>નિવારણ એજન્સીઓના નામસરનામા અને માહિતી.</p> <p><b>૩.ગ્રાહકની ફરજો:</b></p> <p>(૧)સલામત પ્રોડક્ટ ખરીદવાની ફરજ (૨)માહિતી મેળવવાની ફરજ (૩)પસંદગી કરવાની ફરજ (૪)શોષણ વિરૂદ્ધ અવાજ ઉઠાવવાની ફરજ (૫)ફરિયાદ માંડવાની ફરજ (૬)ગ્રાહક શિક્ષણ મેળવવાની ફરજ</p>	<p>૧.ગ્રાહક સુરક્ષા સંબંધી કાયદાઓ, ગ્રાહક સહાય અને ગ્રાહક હિતોના રક્ષણ માટે તમામ પ્રકારના નિવારણ.</p> <p><b>૨.ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ -</b></p> <p>(ક)ગ્રાહકોના જાનમાલને જોખમમાં મૂકતા માલના વેચાણ સામે રક્ષણ; (ખ)માલની ગુણવત્તા; જથ્થા, ધોરણો અને કિંમત વિશેની માહિતી. (ગ)સ્પર્ધાત્મક કિંમતે વિવિધ માલની સુલભતા (ઘ)ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ અને શોષણ વિરૂદ્ધ નિવારણ</p> <p><b>૩.ગ્રાહકોને મદદરૂપ થતા કેટલાક મહત્વના અધિનિયમો:</b></p> <p>(ક)ખોરાક ભેળસેળ નિવારણ અધિનિયમ, ૧૯૫૪(જે જાહેર આરોગ્ય ની સુરક્ષા માટે ખોરાક ભેળસેળ નિવારણને લગતો છે.) (ખ)ઇજારાશાહી અને નિયંત્રિત વેપાર પ્રથા અધિનિયમ, ૧૯૬૯(જે વિવિધ વેપારપ્રથાઓ તેમજ સરકાર/બિનસરકારી સંસ્થાઓ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓને લગતો પણ છે - ગેરરીતિઓ આ અધિનિયમ હેઠળ આવે છે.) (ગ)ઔષધો અને સૌંદર્ય પ્રસાધન અધિનિયમ, ૧૯૪૦(જે ઔષધો અને સૌંદર્ય પ્રસાધનની બનાવટોના ઉત્પાદન, પુરવઠા અને વિતરણને લગતો છે.) (ઘ)તોલમાપ ધોરણ અધિનિયમ, ૧૯૭૬(જેનાથી વેપાર-વાણિજ્યમાં વજન અને માપનું નિયમન થાય છે.)</p> <p><b>૪.નાગરિક અધિકારપત્ર:</b> ગ્રાહકો માટે લખાયેલો એક પવિત્ર દસ્તાવેજ, જેમાં ગ્રાહકોની જરૂરિયાતને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. સેવા પૂરી પાડનાર</p>

		<p>સારી ગુણવત્તાની સેવાઓ આપવા માટે તેમણે લીધેલા પગલા જણાવે છે. તે "વચનો વિરૂદ્ધ કામગીરી"ને લગતો દસ્તાવેજ છે.</p> <p>પ.ગ્રાહક કાયદાઓને માન આપવાની અને કાયદા અનુસાર ફરજો બજાવવાની ટેવનો વિકાસ; છેતરપિંડીના કિસ્સામાં જિલ્લા ગ્રાહક ફોરમ, રાજ્ય આયોગ અને રાષ્ટ્રીય આયોગમાં કેસ દાખલ કરવા.</p>
--	--	--



## પ્રવૃત્તિઓ :

ઘોરણ ૧ થી ૫	ઘોરણ ૬ થી ૮	ઘોરણ ૯ - ૧૦
૧.વડીલોને અહેવાલ આપવો. ૨.નાની ભૂમિકા ભજવવી.	૧.સૂત્ર લેખન, પોસ્ટર બનાવવાની પ્રવૃત્તિ ૨.જનસમુદાયમાં પારસ્પરિક પ્રતિક્રિયા અને ભૂમિકા ભજવવી ૩.ચર્ચા અને નાટક	૧.કેસનું રિપોર્ટિંગ કરવું. ૨.ચર્ચા, વક્તૃત્વ અને સૂત્ર લેખન ૩.નાટક, અદાલતના કૃત્રિમ સત્રો અને વક્તૃત્વ ૪.સૂત્ર લેખન

## ૬. આરોગ્ય

### વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વિદ્યાર્થીમાં વ્યક્તિગત સ્વાસ્થ્ય અને સ્વચ્છતાની ટેવ વિકસાવવી.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને સ્વાસ્થ્યપ્રદ અને પોષક આહાર માટેની જરૂરિયાત વિશે સજાગ બનાવવો.</p> <p>૩.આરોગ્યની સમસ્યાઓના કિસ્સામાં, યોગ્ય વ્યક્તિ અને યોગ્ય સંસ્થાનો સંપર્ક કરવા માટેની જરૂરિયાતથી વિદ્યાર્થીને માહિતગાર કરવો.</p> <p>૪.પોતાની અને સમાજની આરોગ્ય કાળજીની પ્રવૃત્તિઓમાં તેને સહભાગી બનાવવામાં મદદ કરવી.</p>	<p>૧.સારા આરોગ્ય માટે પોષક આહારની જરૂરિયાત માટે વિદ્યાર્થીમાં જાગૃતિ લાવવી.</p> <p>૨.વાસી ખોરાક/જંકફૂડની હાનિકારક અસરોથી તેને સજાગ કરવો.</p> <p>૩.આસપાસમાં આવેલી કેટલીક મોટી હોસ્પિટલો અને તેની તજજ્ઞતા વિશે જાણકારી આપવી.</p> <p>૪.પોતાની અને સમાજની આરોગ્ય કાળજીની પ્રવૃત્તિઓમાં તેને સહભાગી બનાવીને પ્રવૃત્તિઓનો પ્રસાર કરવામાં મદદ કરવી.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને પ્રબુદ્ધ ગ્રાહક તરીકે પ્રદર્શણના પ્રકારો, તેની ભૂમિકાથી સજાગ બનાવવો.</p> <p>૨.સ્વાસ્થ્યપ્રદ અને પોષક આહારની જરૂરિયાત વિશે વિદ્યાર્થીને સાવધ બનાવવો.</p> <p>૩.આરોગ્ય સમસ્યાના કિસ્સામાં યોગ્ય વ્યક્તિ અને યોગ્ય સંસ્થાનો સંપર્ક કરવાની જરૂરિયાત અને જવાબદારી વિશે વિદ્યાર્થીને માહિતગાર કરવો.</p> <p>૪.પોતાની અને સમાજની આરોગ્ય કાળજીની પ્રવૃત્તિઓમાં વિદ્યાર્થીને સહભાગી બનાવીને આવી પ્રવૃત્તિઓમાં તેને સાંકળવો.</p>

## વિષયવસ્તુ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વ્યક્તિગત સ્વાસ્થ્ય અને સ્વચ્છતાની ટેવો (શું કરવું અને શું ન કરવું)</p> <p>૨.સ્થાનિક ધોરણે મળતી ખાદ્યચીજોનું સંયોજન. ઋતુ પ્રમાણેના ફળ અને શાકભાજીની ઉપલબ્ધતા</p> <p>૩.આરોગ્યની સમસ્યાના કિસ્સામાં વડીલો અથવા મહત્વની વ્યક્તિને જાણ કરવી.</p> <p>૪.પરિવાર અને શાળામાં સ્વચ્છતા કાર્યક્રમોમાં સહભાગિતા.</p>	<p>૧.ખોરાક લેતી વખતે પોષક આહાર, ફળગાવેલા કઠોળ, સંતુલિત આહાર, સ્વચ્છતાપાલનની ટેવ વિકસાવવી.</p> <p>૨.પાચનતંત્રને બગાડતા તેમ જ પેટની સમસ્યાઓ ઊભી કરતા જંક ફૂડ/પેક કરેલા ફૂડની હાનિકારક અસરો.</p> <p>૩.તબીબી સંસ્થાઓ, એજન્સીઓ, દવાખાનાઓ અને મહત્વના કેટલાક તબીબી નિષ્ણાતો વિશેની માહિતી અને આકસ્મિતાના કિસ્સામાં તેમનો સંપર્ક.</p> <p>૪.દવાઓનો ઉપયોગ, સાવચેતીઓ, દૂષિત પાણી, ખોરાક અને હવાની હાનિકારક અસરો,</p> <p>૫.પ્રદૂષણ, ભેળસેળ, ખોરાકની વિષજન્ય અસરો.</p>	<p>૧.પ્રદૂષણના સ્ત્રોત: હવા, પાણી, અવાજ, પ્રબુદ્ધ ગ્રાહકની ભૂમિકા. ઉપાય પ્રક્રિયામાં મદદ કરતી એજન્સીઓ.</p> <p>૨.પોષક આહાર: બિનખર્ચાળ પોષક વાનગીઓ અને આરોગ્ય.</p> <p>૩.આરોગ્ય સેવાતંત્ર બેદરકારીયુક્ત આરોગ્ય સેવાઓ વિરૂદ્ધ સુરક્ષા.</p> <p>૪.તબીબી તંત્રમાં બેદરકારીની વ્યાખ્યા, દર્દીના અધિકારો અને જવાબદારીઓ.</p> <p>૫.જંતુનાશક દવાઓ અને રાસાયણિક ખાતરોની હાનિકારક અસરો. આરોગ્યના સંબંધમાં કાનૂની, તબીબી અને ગ્રાહક પરિપ્રેક્ષ્ય</p> <p>૬.સંપર્ક સાધી શકાય તેવી તબીબી સંસ્થાઓ વિશેની માહિતી</p>

## પ્રવૃત્તિઓ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.શિક્ષકો અને વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા ટીફીન ચકાસણી અને તેની પર ચર્ચા</p> <p>૨.સ્વચ્છતા વિશે જાગૃતિ નિર્માણ કરતા ચિત્રો દોરવા</p>	<p>૧.સારી ટેવોની યાદી તૈયાર કરવી- સારી ટેવો કેળવવાથી થતા અનુભવો અને સફળતા પર ચર્ચા</p> <p>૨.યોગ અને ધ્યાનશિબિરનું આયોજન</p> <p>૩.આરોગ્ય મેળાનું આયોજન</p>	<p>૧.આરોગ્ય મેળાનું આયોજન</p> <p>૨.મોટા આરોગ્ય જોખમો, વિવિધ સમસ્યાઓના ઉકેલ વિશે ભૂમિકા ભજવવી, હાસ્ય નાટક ભજવવું</p>

## ૭. પર્યાવરણ

### વિશિષ્ટ ઉદ્દેશો :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક તરીકે તેમના આસપાસના પર્યાવરણથી પરિચિત કરવા.</p> <p>૨.ઉપલબ્ધ સંસાધનોના જતનની ટેવ વિદ્યાર્થીઓમાં વિકસાવવી.</p> <p>૩.વિદ્યાર્થીને પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ પ્રોડક્ટોથી માહિતગાર કરવા.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીઓને સજાગ ગ્રાહક તરીકે પર્યાવરણ સંરક્ષણ અને જતન વિશે જાણકારી આપવી.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીઓને પર્યાવરણને લગતી સામાજિક જવાબદારીઓ વિશે જાણકારી આપવી.</p> <p>૩.વિદ્યાર્થીઓમાં પર્યાવરણના જતન અને સંરક્ષણ માટે સહભાગી બનવાની અને પોતાના નિકટના વર્તુળને પ્રેરણા આપવાની ક્ષમણા ઊભી કરવી.</p>	<p>૧.વિદ્યાર્થીને પર્યાવરણનું સંરક્ષણ કરવાની તેની જવાબદારીથી માહિતગાર કરવો.</p> <p>૨.વિદ્યાર્થીને વિકસતા જતા બજારને લીધે પર્યાવરણને અસર કરતા પરિબળો નક્કી કરવામાં મદદ કરવી.</p> <p>૩.વિદ્યાર્થીને પર્યાવરણના સંરક્ષણ માટેની જરૂરિયાતો અને પધ્ધતિઓ વિશે જાગૃત બનાવવો.</p>

## વિષયવસ્તુ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.વિદ્યાર્થીનું નિકટનું પર્યાવરણ અને તેનો સાચો ઉપયોગ કરવાની પદ્ધતિ. બગાડયુક્ત વપરાશ ટાળવો.</p> <p>૨.કચરાની પુનઃપ્રક્રિયા, સંસાધનો અને સંરક્ષણ.</p> <p>૩.ઇકો-માર્ક (ECO-MARK) વિશેની માહિતી.</p>	<p>૧.નિકટના પર્યાવરણનું જતન અને સંરક્ષણ.</p> <p>૨.યોગ્ય ગ્રાહક પર્યાવરણ માટેની ઉપયોગિતા સેવાઓ.</p> <p>૩.પર્યાવરણના સંરક્ષણ અને જતનની પ્રક્રિયામાં પડોશીઓને પ્રેરણા આપવી.</p>	<p>૧.પર્યાવરણ અને ગ્રાહકનો પરિપ્રેક્ષ્ય</p> <p>૨.પર્યાવરણને અસર કરતા પરિબલો ગીચ બજારો, બાંધકામ નિયમોનો ભંગ, બિનજૈવનાશવંત પ્રોડક્ટ, અસ્થાયી બજારના જોખમો, વાહનોમાંથી હાનિકારક ઉત્સર્જન</p> <p>૩.પર્યાવરણ સંરક્ષણની જરૂરિયાતો અને લેવાના જરૂરી પગલા. સ્થાનિક સંસ્થાઓ, જાહેર સત્તામંડળોની ભૂમિકા. પ્લાસ્ટિકના વપરાશના જોખમો અંગે જાગૃતિ નિર્માણ.</p> <p>૪.પર્યાવરણ સંરક્ષણમાં સમાચાર માધ્યમોની ભૂમિકા. તંત્રીને પત્રલેખન, પર્યાવરણ પ્રદૂષિત થયું હોય તેવી પરિસ્થિતિમાં પગલા સંબંધી કોલમ વિ. હરીત ગ્રાહક પર્યાવરણ</p>

## પ્રવૃત્તિઓ :

ધોરણ ૧ થી ૫	ધોરણ ૬ થી ૮	ધોરણ ૯ - ૧૦
<p>૧.પરિસ્થિતિસાનુકૂળ પ્રોડક્ટો ઓળખવી.</p> <p>૨.જન્મદિન ઉત્સવમાં પરિસ્થિતિસાનુકૂળ પ્રોડક્ટોની ભેટ આપવી.</p> <p>૩.પોલીથીન બેગના વપરાશની હાનિકારક અસરો પર વર્ગ-ચર્ચા</p>	<p>૧.પર્યાવરણદિન ઉજવવો.</p> <p>૨.પર્યાવરણ સંરક્ષણનો ધ્યેય સિદ્ધ કરી શકાય તેવી ચીજવસ્તુઓ સંબંધી ચર્ચા.</p> <p>૩.પોલીથીન બેગ વાપરવા માટેની પ્રતિજ્ઞા વર્ગખંડમાં લેવી.</p>	<p>૧.ચર્ચા, પરિસંવાદ, લેખ વાચન, સૂત્રલેખનનું આયોજન કરવું.</p> <p>૨.કચરા તરીકે ફેંકાયેલા કાગળોની પુનઃપ્રક્રિયાને લગતી પ્રવૃત્તિઓ ગોઠવવી.</p> <p>૩.રોપાઓ વાવવા.</p> <p>૪.પોસ્ટર અને ચિત્રસ્પર્ધાઓ યોજવી.</p>

## ગ્રાહક શિક્ષણના અધ્યાપન માટેની પદ્ધતિઓ

## એકમ-૪



શિક્ષકે ગ્રાહક શિક્ષણમાં અસરકારક બનવાના હેતુથી સમુચિત અધ્યાપન પદ્ધતિ પસંદ કરવાની હોય છે. ગ્રાહક શિક્ષણના જુદા જુદા ધ્યેયો અને વિષયના બહુવિધવિદ્યાશાખાકીય પ્રકારોને કારણે ગ્રાહક શિક્ષણની અધ્યાપન પ્રણાલી નિર્ણાયક મહત્વ ધરાવે છે. ગ્રાહક શિક્ષણ માત્ર જ્ઞાનનું હસ્તાંતરણ નથી પરંતુ ગ્રાહકો જેમાં પોતાની ભૂમિકા ભજવતા હોય તે સમાજના કૌશલ્યો અને સમજનો વિકાસ છે. કોઈ વ્યક્તિ શિક્ષકને સાંભળીને, પુસ્તક વાંચીને અથવા સિદ્ધાંત જાણીને કે વર્તનના અમુક નિયમો ગોખીને જ માહિતગાર ગ્રાહક ન બની શકે. ગ્રાહક શિક્ષણ જ્ઞાનની નિરંતર પ્રક્રિયા અને દૈનિક જીવન પરિસ્થિતિઓમાં આચરણમાં લેવાના કૌશલ્યો છે.

પ્રવૃત્તિઓ ગ્રાહક શિક્ષણનું આવશ્યક અંગ છે. પ્રવૃત્તિઓ અનુભવોને આત્મસાત્ કરવા માટે અને અનુભવજન્ય પ્રમાણ માટે સારી ગણાય પરંતુ માત્ર પ્રવૃત્તિઓ પૂરતી ન ગણાય. ગ્રાહક શિક્ષણમાં આ ઉપરાંત સંકલ્પનાનું ઘડતર કરવાનું હોય છે. જવાબદાર ગ્રાહક તરીકેના વર્તનનો અર્થ એવો પણ થાય કે નકકર સિદ્ધાંતોથી માર્ગદર્શિત બનવું. ગ્રાહકો પાસે સમાજના સામાજિક-આર્થિક માળખાની સ્પષ્ટ સમજ હોવી જોઈએ.

વળી, અભિગમ પણ નકકી કરવાનો રહે છે. ગ્રાહક શિક્ષણ ધંધા વિરોધી બને એવું જરૂરી નથી. અમેરિકન ગ્રાહક આંદોલનકર્તા રાલ્ફ નેડરના મંતવ્ય અનુસાર ગ્રાહક શિક્ષણને સંરક્ષણાત્મક અને વિધેયાત્મક શિક્ષણ તરીકે જોવું જોઈએ.

”સંરક્ષણાત્મક પાસુ વિદ્યાર્થીઓને ખતરો નિવારવાનું પોતાના જ વર્તનનું વિશ્લેષણ કરવાનું અને રોજિંદા ગ્રાહક વ્યવહારોમાં અસરકારક રીતે કામ લેવાનું શીખવે છે. વિધેયાત્મક પાસાઓથી વિદ્યાર્થીઓ પોતાની જાતને જવાબદાર ગ્રાહક નાગરિકો તરીકે ગણવા તેમજ બજારમાં જે કોઈ વિકલ્પો હોઈ અથવા હોવા જોઈતા વિકલ્પો માટે સક્ષમ બને છે.”

ગ્રાહક શિક્ષણનું કેન્દ્રબિંદુ અન્ય પ્રત્યેના વર્તન અને સમસ્યાઓના ઉકેલની ટેકનિકો છે. શ્રવણ કૌશલ્યો, મનોમંથન, વિધેયાત્મક દ્રષ્ટિકોણ, તાલીમ, ભૂમિકા, સમૂહકાર્ય, સંદર્ભ અને સંશોધન કૌશલ્યો શિક્ષણની પ્રક્રિયાનો ભાગ બને છે. આનો અર્થ એવો થાય કે પરંપરાગત વ્યાખ્યાનની પછી



પણ ગ્રાહક શિક્ષણના અધ્યાપનની એવી અનેક પદ્ધતિઓ છે ઘણી વધુ અસરકારક અને રસપ્રદ છે. સૌથી વધુ વખત વપરાતી પદ્ધતિઓ નીચે જણાવવામાં આવી છે:-

## અધ્યાપન પદ્ધતિઓ:

### પ્રશ્નો અને વિશેષ કાર્યો:

પ્રશ્નો વિદ્યાર્થીઓએ માહિતીની સમજ મેળવી કે કેમ અથવા માહિતીને માત્ર વાંચી કે સાંભળી તેની કસોટીરૂપે કામ કરે છે.

પ્રશ્નોનો ઉપયોગ સાંપ્રત જ્ઞાન અને સમજ નકકી કરવાના સાધન તરીકે કરવો જોઈએ; અથવા તો તેમની પોતાની વર્તણૂક અને અભિગમોથી પોતાની જાતને પ્રતિબિંબિત કરવા માગેના ઉદ્દિપક તરીકે તેનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.

ઉદાહરણ તરીકે, વિદ્યાર્થીઓને વોકમેન કે સીડી પ્લેયર જેવી મોંઘી વસ્તુ ખરીદતી વખતે ગ્રાહકે અનુભવવી પડતી સમસ્યાઓનો પરિચય આપતા પાઠનો એક ભાગ મળે છે. આવા પ્રશ્નો ઉદ્ભવે : શું આ વસ્તુ સારી ગુણવત્તાની છે ? શું તેની કિંમત યોગ્ય છે ? પછી વિદ્યાર્થીને મળતી ચોકકસ કામગીરીમાં વોકમેન/સીડી પ્લેયર ખરીદવાનું કોઈ આયોજન કરવાની કલ્પના કરવાનો સમાવેશ થાય. તમે કયા પાસા શોધી કાઢો છો? તે કામગીરી બાદ, આવી પ્રોડક્ટો પર કઈ રીતે પરિક્ષણ કરી શકાય અને ગ્રાહક સંગઠનોએ શા માટે પરિક્ષણ કરવું જોઈએ અને આવી પ્રોડક્ટ સેવાઓ વિશે પરિક્ષણ શા માટે કરવા જોઈએ તે સમજાવી શકાય.

### પ્રોજેક્ટ કાર્ય :

પસંદ કરેલા વિષય પર અભ્યાસ કરતા અથવા મોજણી હાથ ધરતા હોય તે વિદ્યાર્થીઓના જૂથની પ્રવૃત્તિ તરીકે આની વ્યાખ્યા કરી શકાય.

શિક્ષક માર્ગદર્શક, સલાહકાર અથવા સંકલનકર્તા તરીકે કામ કરી શકે. વિદ્યાર્થીઓ ઓછે-વત્તે અંશે સ્વતંત્ર રીતે કામ કરીને પોતાની જાતે અનુભવ મેળવે છે. પ્રોજેક્ટમાં ત્વરિત પ્રત્યક્ષ ઉપયોગનો ફાયદો રહેલો છે.

પસંદ કરેલો વિષય વિદ્યાર્થીવર્ગને પ્રત્યક્ષ રીતે સ્પર્શતો હોવો જોઈએ (દા.ત. ફિજ અથવા વોશિંગ મશીનને બદલે સાયકલ, બૂટ, સ્કૂલ બેગ, ઠંડા પીણા વિ.) પ્રોજેક્ટ હાથ ધરવા માટેના કેટલાક કારણો સ્પષ્ટ રીતે નકકી હોવા જોઈએ. વિષય વિસ્તૃત અને વિશાળ હોવાને બદલે સીમિત અને કેન્દ્રિત હોવો જોઈએ. (ઉદાહરણ તરીકે, જો વિષય વિજ્ઞાપનને લગતો હોય તો બૂટ અથવા જિન્સ પેન્ટ જેવી કોઈ નિશ્ચિત પ્રોડક્ટ વિશે કામ કરવું.) અનુવર્તી કાર્યવાહી (**follow-up**) પણ હાથ

ધરવી જોઇએ. અહેવાલ અને અન્ય પરિણામોને પ્રદર્શનમાં સાથે મૂકી શકાય.

પ્રોજેક્ટ કાર્યમાં ખાસ કરીને, વિદ્યાર્થીઓને તેમના પ્રોજેક્ટ અનુભવોમાંથી તેમના પોતાના નિષ્કર્ષ કાઢવાની/તારણો રજૂ કરવામાં શિક્ષકો તરફથી વિશિષ્ટ કૌશલ્યોની જરૂર પડે છે.

ગ્રાહક શિક્ષણના આંતરવિદ્યાશાખાકીય પ્રકારને ધ્યાનમાં રાખીને, પ્રોજેક્ટ કાર્ય શિક્ષકોને જુદી જુદી વિદ્યાશાખાઓમાંથી એકત્રિત કરીને એક વિશાળ જૂથમાં લાવવાની એક આદર્શ પદ્ધતિ છે.

### પ્રોડક્ટ ચકાસણી અને મૂલ્યાંકન :

ગ્રાહક દ્વારા થતી ખરીદી ઉપર જાહેરાત દ્વારા તેમજ પેકેજિંગ, સામાજિક દબાણ, વ્યક્તિગત મૂલ્યો અને બીજી ઘણી બધી રીતે પ્રભાવ પડતો હોય છે.

પ્રોડક્ટની ચકાસણીથી આવા પ્રભાવો અને પ્રોડક્ટનું મૂલ્યાંકન કરવા માટેના વધુ તાર્કિક અભિગમ માટેનું જરૂરિયાત પ્રત્યે વિદ્યાર્થીઓની જાગૃતિઓ વધે છે.

આવી કોઇ પ્રવૃત્તિમાં અમુક જાણીતી પ્રોડક્ટને મૂકીને તેનું મૂલ્યાંકન કરવાના હેતુથી તેની સાથોસાથ વિકલ્પો મૂકવા સહેલા છે. તેમ છતાં સસ્તી પ્રોડક્ટને વળગી રહેવાનું યાદ રાખવું ખૂબ મહત્વનું છે. સરખામણીમાં વધુ સહેલી બનશે અને તેમાંથી મળતો પાઠ વધુ અસરકારક બનશે. ઉદાહરણ તરીકે બ્રાન્ડનું નામ છૂપાવીને વિદ્યાર્થીઓને કોઇ પીણું પીવા દો. આવા તુલનાત્મક પરીક્ષણથી જાહેરાત પ્રત્યે અને નિકટના વર્તુળોથી પ્રોડક્ટ પર પડતાં પ્રભાવો પ્રત્યે વિદ્યાર્થીઓની જાગૃતિ વધે છે.

### ભૂમિકા ભજવવી :

કોઇ ભૂમિકા ભજવવી તે ગ્રાહક શિક્ષણમાં અતિસફળ ટેકનિક છે અને ગ્રાહક શિક્ષણનું એક મૂલ્યવાન સાધન બની શકે તેમ છે. વર્ગખંડમાં ગ્રાહક સમસ્યાઓ ઊભી કરીને તેની તપાસણી કરી શકાય. આમાંના સહગાગીઓને કોઇ પરિસ્થિતિ રજૂ કરીને તેમને ભજવવાની ભૂમિકાનું સંક્ષિપ્ત વર્ણન આપવામાં આવે છે. સહભાગીઓએ ભજવવાની ભૂમિકા કોઇ પણ પૂર્વતૈયારી વગર ભજવે છે અને તેમને વધુ પડતાં અભિનય વગર પણ તેમની ભૂમિકાનો આનંદ માણવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવે છે. શ્રોતાઓ વિવેચક તરીકેની ભૂમિકાઓ ભજવે છે. શ્રોતાગણના સભ્યો જે મુદ્દા પર ચર્ચા થતી હોય તે મુદ્દાઓ નોંધીને પોતાના પ્રત્યાઘાતો દર્શાવે છે. તેમને દરેક ભૂમિકા તેમની જાતે ભજવવાની કલ્પના કરવા માટે અને આપેલી પરીસ્થિતિમાં તેઓ કઇ રીતે પ્રત્યાઘાત આપશે તેવો વિચાર કરવાનું પ્રોત્સાહન આપવામાં આવે છે. સત્રના અંતે શ્રોતાગણના સભ્યોને તેમના મંતવ્યો રજૂ કરવા માટે આમંત્રણ આપવામાં આવે છે.

ભૂમિકા ભજવવામાં સંપૂર્ણ આયોજનની જરૂર પડે છે અને શિક્ષકે શોધવામાં આવતા વિષયવસ્તુ પર અગાઉથી માર્ગદર્શન પૂરું પાડવું જોઈએ.

ભૂમિકા ભજવવા માટે ઘણી વખત ખરીદનાર અને વેચનાર વચ્ચે લેવડદેવડમાં થતી ફરિયાદોનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ખામીયુક્ત પ્રોડક્ટ વિશેની ફરિયાદોના સંબંધમાં સહભાગીઓને ગ્રાહક તરીકેના પોતાના હકો વિશે માહિતી મળે છે તેટલું જ નહીં પરંતુ તેઓ પોતાના કેસમાં દલીલ કરતા પણ શીખે છે.

### રમતો :

કેટલીક ગ્રાહક રમતો પણ રજૂ કરી શકાય. આમાં ફાયદો એ છે કે વિદ્યાર્થી વર્ગ રમતાં રમતાં શીખે છે. આવી રમતો ખાસ કરીને ૧૨ વર્ષની ઉંમર સુધીના બાળકો માટે અનુકૂળ પડે છે. આનો ગેરફાયદો એ છે કે તેમાં એક સમયે વિદ્યાર્થીવર્ગનું માત્ર નાનું જૂથ રમી શકે.

### દ્રશ્યશ્રાવ્ય :

દ્રશ્યશ્રાવ્યથી કોઈ ચોક્કસ બાબતની ચર્ચા માટે અથવા તેની પ્રસ્તાવના માટે આધાર પૂરો પાડી શકાય. ગ્રાહક સંગઠનોએ અથવા બીજી સંસ્થાઓએ તૈયાર કરેલા તમામ પ્રકારના દ્રશ્યશ્રાવ્ય, ટેલીવિઝન કાર્યક્રમો, સ્લાઇડ શો અથવા ફિલ્મોનો ઉપયોગ શિક્ષક પોતાના મનમાં સમગ્ર ઉદ્દેશ રાખે ત્યાં સુધી કરી શકાય.

### ગ્રાહક શિક્ષણમાં કોમ્પ્યુટર :

કોમ્પ્યુટર ગ્રાહક શિક્ષણનું અભિન્ન અંગ બન્યું છે. રમતો ઉપરાંત, પર્યાવરણ, આરોગ્ય વગેરે જેવા વિષયવસ્તુ પર બીજા કાર્યક્રમો તૈયાર થયેલા છે. ફ્લોપી અથવા સીડી રોમથી, વિદ્યાર્થીઓ પ્રશ્નોનો જવાબ આપીને સમસ્યા વિશેની જાણકારી મેળવી શકે છે.

### ઇન્ટરનેટ :

ખૂબ જ નજીકના ભવિષ્યમાં ઇન્ટરનેટ ગ્રાહક શિક્ષણમાં મહત્વની ભૂમિકા ભજવશે. સ્વીડીશ ગ્રાહક એજન્સીએ ખોરાક, અન્ય સગવડ વગેરે જેવા પ્રશ્નો સાથે સ્વનિર્ભર કઈ રીતે બનવું તે વિશેની પુષ્કળ માહિતી ધરાવતું મોટી વયના વિદ્યાર્થીઓ માટેનું સામયિક શરૂ કર્યું છે.

યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સનું ગ્રાહક સંગઠન રમતો, ઉખાણાં અને પારસ્પરિક પ્રતિક્રિયા ધરાવતા પ્રોજેક્ટ સાથેનું બાળસામયિક 'ઝિલોન્સ' શરૂ કર્યું છે. તેને "જુનિયર નેટ" કહેવામાં આવે છે અને તે યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સના વિશાળ વિદ્યાર્થીવર્ગના સામયિકોમાં વેપારીકરણ વગરના વિષયવસ્તુવાળી

સુરક્ષિત ઓનલાઇન સેવા છે.

ડેન્માર્કમાં "યંગ કન્ઝ્યુમર ઓન ધ ઇન્ટરનેટ" નામના એક પ્રોજેક્ટનું નિર્માણ કરવામાં આવ્યું છે. નેશનલ કન્ઝ્યુમર એજન્સીએ પરસ્પર વાર્તાલાપ ધરાવતી કથાશ્રેણી તૈયાર કરેલી છે જેમાં કન્ઝ્યુમર એજન્સી વિશેની માહિતી અને ઇન્ટરનેટ પરની આને લગતી બીજી સાઇટો શોધવા માટે વિદ્યાર્થીઓને "ફરજ" પાડવામાં આવે છે.

.....

## ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬

## એકમ-૫



સાંપ્રત સમયમાં ગ્રાહક સુરક્ષાનું મહત્વ નોંધપાત્ર રીતે વધ્યું છે. ગ્રાહક સુરક્ષાના વિકાસ અને તેની જરૂરિયાતના મહત્વમાં વિશ્વ અર્થતંત્રના વધતા જતાં આંતરઅવલંબન અને ઘણી બધી વેપારપ્રણાલીઓના આંતરરાષ્ટ્રીય લક્ષણનો મોટો ફાળો છે. ગ્રાહક સુરક્ષા નીતિના વિકાસના ઇતિહાસમાં ૧૫મી માર્ચ, ૧૯૬૨ ઐતિહાસિક દિવસ ગણાય. યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સ ઓફ અમેરિકાના તત્કાલીન પ્રમુખ જહોન એ. કેનેડીએ યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સ કોંગ્રેસમાં ઉદ્ઘોષણ કરી કે તમામ ગ્રાહકોને તેમના અધિકારો હોય છે. ૯મી એપ્રિલ, ૧૯૮૫ બીજી મહત્વની તારીખ છે. તે દિવસે સંઘરાષ્ટ્રોની સાધારણ સભાએ ગ્રાહક સુરક્ષા માટેની સામાન્ય માર્ગદર્શિકાઓ અપનાવી.

આ માર્ગદર્શિકાઓ હેઠળ આવરી લીધેલા વિષયો નીચે પ્રમાણે છે :-

- (૧) શારીરિક સલામતી.
- (૨) ગ્રાહકના આર્થિક હિતની સુરક્ષા અને ઉત્તેજન.
- (૩) ગ્રાહકને પૂરા પાડવામાં આવતા માલ અને સેવાઓની સલામતી અને ગુણવત્તા માટેના ધોરણો.
- (૪) ગ્રાહકને પૂરા પાડવામાં આવતા માલ અને સેવાઓ માટેની વિતરણ સવલતો.
- (૫) તકરાર નિવારણ માટે ગ્રાહકોને સક્ષમ બનાવતા પગલાં.
- (૬) ચોક્કસ ક્ષેત્રો (આહાર, પાણી અને ઔષધો)ને લગતા પગલાં; અને
- (૭) ગ્રાહક શિક્ષણ અને માહિતી કાર્યક્રમ.

સંઘરાષ્ટ્ર સંગઠન(UNO)ના ઠરાવ અનુસાર, આપણી સંસદે સન્ ૧૯૮૬માં ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ પસાર કર્યો. તે અધિનિયમને તારીખ ૨૪/૧૨/૧૯૮૬ના રોજ ભારતના રાષ્ટ્રપતિની અનુમતિ મળી. આ જ કારણસર ૨૪મી ડિસેમ્બર "રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક દિન" તરીકે દર વર્ષે ઉજવવામાં આવે છે. અધિનિયમના ઉદ્દેશો અને કારણોના નિવેદનમાં, એવો સ્પષ્ટ રીતે ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે કે આ વિધેયકથી ગ્રાહકોના હિતોના વધુ સારા રક્ષણ માટેની જોગવાઈ કરવા ધાર્યું છે. આ અધિનિયમ ગ્રાહકોના નીચે જણાવ્યા મુજબના અધિકારોને ઉત્તેજન અને સુરક્ષા આપવા માટે છે :-

- (૧) જાનમાલને જોખમી હોય તેવા માલના ખરીદવેચાણની સામે સુરક્ષા મેળવવાનો અધિકાર.
- (૨) ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓની સામે ગ્રાહકને રક્ષણ આપવા માટે માલના જથ્થાં, ક્ષમતા, શુદ્ધતા, ધોરણ અને કિંમત વિશે માહિતગાર થવાનો અધિકાર.
- (૩) સ્પર્ધાત્મક કિંમતોએ વિવિધ પ્રકારનો માલ સરળતાથી મળી શકે તે માટે શક્ય હોય ત્યાં ખાતરી મેળવવાનો અધિકાર.
- (૪) ગ્રાહકોના હિતોને યોગ્ય ફોરમમાં પૂરતી વિચારણા કરવામાં આવશે એવી ખાતરી મેળવવાનો અને સુનાવણીનો અધિકાર.
- (૫) ગેરવાજબી વેપારપ્રથા સામે તરકારનું નિવારણ મેળવવાનો અથવા ગ્રાહકોના નિર્દયી શોષણ વિરુદ્ધ નિવારણ મેળવવાનો અધિકાર; અને
- (૬) ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર.

### ત્રિ-સ્તરીય અર્ધ-ન્યાયિક તંત્ર :

ગ્રાહક તકરારોના અસરકારક નિકાલ માટે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી ત્રિ-સ્તરીય અર્ધ-ન્યાયિક તંત્રની જોગવાઈ કરી છે, જેમાં દરેક જિલ્લા માટે જિલ્લા ફોરમ, દરેક રાજ્ય માટે રાજ્ય આયોગ અને સર્વોચ્ચ સ્તરે રાષ્ટ્રીય આયોગનો સમાવેશ થાય છે. તેમની પ્રાદેશિક હક્કમત અને નાણાકીય મર્યાદાને સ્પષ્ટ રીતે અલગ રાખવામાં આવી છે.

જિલ્લા ફોરમ પ્રમુખ અને બે સભ્યો (જેમાં એક મહિલા)થી બનેલું છે. જિલ્લા ફોરમનો દરેક સભ્ય પાંચ વર્ષની મુદ્દત સુધી અથવા પોતે ૬૫ વર્ષનો થાય – તે બેમાંથી જે વહેલું હોય ત્યાં સુધી પોતાનો હોદ્દો ધરાવશે અને ફેરનિમણૂકને પાત્ર ગણાશે. સ્નાતકની પદવી સભ્ય બનવા માટેની લઘુત્તમ શૈક્ષણિક લાયકાત છે. જિલ્લા ફોરમના પ્રમુખ તરીકે નિવૃત્ત જિલ્લા ન્યાયાધીશ હોય છે. રાજ્ય આયોગના અધ્યક્ષપદે હાઇકોર્ટના નિવૃત્ત ન્યાયાધીશ હોય છે. રાષ્ટ્રીય આયોગના અધ્યક્ષપદે સુપ્રીમકોર્ટના નિવૃત્ત ન્યાયાધીશ હોય છે. જિલ્લા ફોરમ રૂ.૨૦ લાખ સુધીના દાવામાં, જ્યારે રાજ્ય આયોગ રૂ.૧ કરોડ સુધીના દાવામાં અને રાષ્ટ્રીય આયોગ રૂ.૧ કરોડથી ઉપરના દાવામાં ન્યાય નિર્ણય કરી શકે છે. આ તમામ ન્યાયનિર્ણય કરતી સંસ્થાઓ સમક્ષની કાર્યવાહીઓનું નિયમન કુદરતી ન્યાયના સિદ્ધાંતો અનુસાર કરવામાં આવે છે. નવી દિલ્હી ખાતે આવેલા રાષ્ટ્રીય આયોગ ઉપરાંત, સમગ્ર દેશમાં હાલ ૫૭૧ જિલ્લા ફોરમ અને ૩૫ રાજ્ય આયોગ કાર્યરત છે. આંધ્રપ્રદેશ રાજ્યમાં, હાલ ૨૯ જિલ્લા ગ્રાહક ફોરમ અને ૧ રાજ્ય આયોગ કાર્યરત છે. દાખલ કરવામાં આવતી ફરિયાદોની સાથે ઠરાવવામાં આવે તેટલી રકમની ફી અને ઠરાવવામાં આવે તે રીતે ચૂકવી શકાય તેમ જોડવાની હોય છે.

### ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદો :

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી રાષ્ટ્રીય, રાજ્ય અને જિલ્લા સ્તરે ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદોની સ્થાપના માટેની જોગવાઈ કરી છે. આ પરિષદોનો ઉદ્દેશ ગ્રાહકોના અધિકારોને ઉત્તેજન આપવા માટેની અને સુરક્ષા પૂરી પાડવા માટેની નીતિઓને અપનાવવા માટે/સમીક્ષા કરવા માટે સંબંધિત સરકારોને મદદ કરવાનો છે, આ ગ્રાહક પરિષદોની રચના વિસ્તૃત છે. (ગ્રાહક અધિકારો/ગ્રાહક સુરક્ષા સાથે સંબંધ ધરાવતાં, રસ ધરાવતા વિવિધ જૂથોનું પ્રતિનિધિત્વ કરતા સંગઠનો અને નાગરિકો આ પરિષદોના સભ્યો તરીકે હોય છે). ગ્રાહક પરિષદો વધુ સારા પ્રતિભાવ અને તેના થકી ગ્રાહક સુરક્ષા અથવા ગ્રાહક અધિકારોના ક્ષેત્રમાં નીતિની સમીક્ષા માટે જાહેર-ખાનગી ભાગીદારીના ધોરણે રચવાની હોય છે. આ પરિષદોનો મુખ્ય ઉદ્દેશ સમાજમાં ગ્રાહકોના અધિકારો અને હિતોને ઉત્તેજન અને રક્ષણ આપવાનું છે.

### અધિનિયમની મહત્વની ખાસિયતો :

- (૧) આ અધિનિયમ કેન્દ્ર સરકારે ચોકકસ રીતે મુકિત ન આપેલી હોય તો તેવા તમામ માલ અને સેવાઓને લાગુ પડે છે.
- (૨) તે તમામ ક્ષેત્રો એટલે કે ખાનગી, જાહેર અને સહકારી ક્ષેત્રોને આવરી લે છે.
- (૩) અધિનિયમની જોગવાઈઓ ક્ષતિપૂરક પ્રકારની છે.
- (૪) તેનાથી ન્યાયનિર્ણયવિષયક કાર્યવાહીની જોગવાઈ કરી છે જે સરળ, ઝડપી અને બિનખર્ચાળ છે. (તેનાથી રાષ્ટ્રીય, રાજ્ય અને જિલ્લા સ્તરે ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદો માટેની પણ જોગવાઈઓ કરી છે).
- (૫) આ અધિનિયમની જોગવાઈઓ તત્સમયે અમલમાં હોય તેવા બીજા કોઈપણ કાયદાની જોગવાઈઓ ઉપરાંતની છે અને આ અધિનિયમની જોગવાઈઓનું બીજા કોઈપણ કાયદાની જોગવાઈઓના કારણે અલ્પીકરણ થશે નહિં.

### માલ અને સેવાઓ :

કલમ ૨ની પેટા-કલમ(૧)ના ખંડ(૬)માં જોવા મળે છે. તે મુજબ "સેવા"ની વ્યાખ્યા અનુસાર બેન્કિંગ, નાણા, વીમા, પરિવહન, પ્રક્રિયા, વીજળી અથવા અન્ય ઊર્જાનો પુરવઠો, આવાસ અથવા ભોજન, ગૃહનિર્માણ અને બાંધામ, મનોરંજન, આનંદપ્રમોદ, સમાચાર અથવા અન્ય માહિતી પૂરી પાડવાના સંબંધમાં, સવલતોની જોગવાઈ સહિત દેરક વિગતવર્ણનની સેવાનો સમાવેશ થાય છે. સર્વોચ્ચ અદાલતના જણાવ્યા અનુસાર, તેમાં ડોક્ટરો, નર્સો, નર્સિંગ હોમ અને વકીલોની સેવાઓને પણ આવરી લેવામાં આવી છે. ભારત જેવા વિકસતા દેશમાં "સેવા"ની વ્યાખ્યાનો વ્યાપ સતત વધતો જાય છે.

ગ્રાહક ફરિયાદ નીચેની વ્યક્તિઓ દ્વારા થઇ શકે :-

- ◆ ગ્રાહક
- ◆ એક ગ્રાહક અથવા સમાન હિત ધરાવતા હોય તેવા કિસ્સામાં એકથી વધુ ગ્રાહકો.
- ◆ કોઇપણ સ્વૈચ્છિક સંગઠન.
- ◆ કેન્દ્ર સરકાર -
- ◆ રાજ્ય સરકાર અથવા સંઘરાજ્ય ક્ષેત્રનું વહીવટી તંત્ર.

ફરિયાદમાં એવું નિવેદન હોવું જોઇએ કે -

- ◆ કોઇ વેપારીએ અપનાવેલી કોઇ ગેરવાજબી પ્રથાના પરિણામે વ્યક્તિને કોઇ ખોટ અથવા નુકસાન વેઠવું પડ્યું છે. ફરિયાદમાં ઉલ્લેખેલો માલ એક અથવા તેથી વધુ ખામીઓ ધરાવે છે.
- ◆ ફરિયાદમાં ઉલ્લેખેલી સેવાઓ કોઇપણ રીતે ઊણપો ધરાવે છે.
- ◆ ફરિયાદમાં ઉલ્લેખેલા માલ માટે વેપારીએ -
  - (૧) તત્સમયે અમલમાં હોય તેવા કાયદાથી અથવા તે ફેઠળ નક્કી કરેલી હોય; અથવા
  - (૨) માલ પર પ્રદર્શિત કરેલી હોય; અથવા
  - (૩) આવો માલ ધરાવતા કોઇ પેકેટ પર દર્શાવેલી હોય તે કિંમત કરતા પણ વધુ કિંમત લીધેલી છે

તેવું જણાવવું જોઇએ.

**ગ્રાહક ફરિયાદમાં પૂરી પાડવાની માહિતી :**

- ક. ફરિયાદનું નામ, વિગતવર્ણન અને સરનામું.
- ખ. વિરૂદ્ધના પક્ષકાર અથવા પક્ષકારોના નામ, વિગતો અને સરનામું.
- ગ. ફરિયાદ કયારે અને કયાં ઉપસ્થિત થઇ તેને લગતી હકીકતો.
- ઘ. આક્ષેપોના સર્મથનમાં કોઇ દસ્તાવેજો હોય તો તે.
- ચ. ફરિયાદી માગતો હોય તે દાદ.
- છ. ફરિયાદીએ પોતાની ફરિયાદની નકલ -
  - ◆ ફોરમ
  - ◆ પ્રમુખ
  - ◆ પુરુષ સભ્ય
  - ◆ મહિલા સભ્ય
  - ◆ વિરૂદ્ધના પક્ષકારને

આપવી જોઇએ.



- જ. એવી જ રીતે તમામ દસ્તાવેજોની નકલો પણ આપવાની હોય છે.
- ઝ. ફરિયાદની સાથોસાથ ફરિયાદીએ સોગંદનામું પણ ફાઇલ કરવાનું હોય છે. સોગંદનામાની એટલી જ નકલો ફરિયાદની નકલોની સાથે જ આપવાની હોય છે.
- ટ. જો ફરિયાદી કોઈ રજિસ્ટર્ડ ગ્રાહક સંગઠન વતી ફરિયાદ નોંધાવવા ઇચ્છતો હોય તો તે મતલબનો અધિકૃતિપત્ર જોડવાનો રહેશે.

**સમયમર્યાદા :** ફરિયાદ રજૂ કરવામાં આવ્યે તેની ગ્રાહ્યતાનો નિર્ણય સામાન્ય રીતે ૨૧(એકવીસ) દિવસની અંદર કરવાનો રહેશે. એક વખત ફરિયાદ સ્વીકારવામાં આવે તે પછી વિરૂદ્ધના પક્ષકાર/પક્ષકારોને ૩૦(ત્રીસ) દિવસની મુદતની અંદર અથવા જિલ્લા ફોરમ દ્વારા આપવામાં આવે તેવી ૧૫(પંદર) દિવસથી વધુ ન હોય તેટલી લંબાવેલી મુદતની અંદર પોતાનો બચાવ રજૂ કરવા ફરમાવતી નોટિસ સદરહુ ફરિયાદની નકલ સહિત ૨૧(એકવીસ) દિવસની અંદર મોકલી આપવી જોઈએ. દરેક ફરિયાદની સુનાવણી શક્ય તેટલી ઝડપે કરવાની રહેશે અને વિરૂદ્ધના પક્ષકારને આવી નોટિસ મળ્યાની તારીખથી ૩(ત્રણ) મહિનાની અંદર તેનો નિકાલ કરવાના શક્ય તમામ પ્રયાસો કરવામાં આવશે. પૂરતાં કારણો દર્શાવવામાં આવે અને આવા કારણોની લેખિત નોંધ કરેલી હોય તે સિવાય જિલ્લા ફોરમ સામાન્ય રીતે સુનાવણીની કોઈ મુલતવી મંજૂર રાખી શકશે નહિ. એવી વધુ જોગવાઈ કરી છે કે એવી રીતે નિર્દિષ્ટ કરેલી મુદત પછી નિકાલ કરવામાં આવતી ફરિયાદના કિસ્સામાં; જિલ્લા ફોરમ આવી ફરિયાદનો નિકાલ કરતી વખતે તેમાં વિલંબ માટેના કારણોની લેખિત નોંધ કરશે.

રાષ્ટ્રીય આયોગ, રાજ્ય આયોગ અને જિલ્લા ફોરમોએ વિરૂદ્ધના પક્ષકારોને નોટિસ મળ્યાની તારીખથી ત્રણ મહિનાની મુદતની અંદર શક્ય હોય તેટલે સુધી ફરિયાદનો નિર્ણય કરવાનો રહેશે. ચીજવસ્તુઓના કિસ્સામાં, ચીજવસ્તુના પરિક્ષણ અથવા પૃથક્કરણની જરૂર પડે તો તેવી સમયમર્યાદા પાંચ મહિનાની અંદરની છે.

જિલ્લા ફોરમોએ કરેલા હુકમની વિરૂદ્ધની અપીલ આવો હુકમ થયાના ૩૦(ત્રીસ) દિવસની અંદર રાજ્ય આયોગ સમક્ષ અને રાજ્ય આયોગે કરેલા હુકમ વિરૂદ્ધની અપીલ રાષ્ટ્રીય આયોગને આવો હુકમ થયાના ૩૦(ત્રીસ) દિવસની અંદર કરી શકાશે. રાષ્ટ્રીય આયોગે કરેલા હુકમની વિરૂદ્ધની અપીલ આવો હુકમ થયાના ૩૦(ત્રીસ) દિવસની અંદર સુપ્રીમકોર્ટને કરી શકાશે. રાષ્ટ્રીય આયોગના હુકમ અનુસાર કોઈ રકમ ભરવા માટે ફરમાવવામાં આવ્યું હોય તેવી વ્યક્તિ સદરહુ રકમના ૫૦% (પચાસ ટકા) અથવા રૂ.૫૦,૦૦૦/- (પચાસ હજાર) – તે બેમાંથી ઓછી હોય તે રકમ ઠરાવેલી રીતે જમા ન કરવે તો સુપ્રીમકોર્ટ દ્વારા કોઈ જ અપીલ હાથ ધરી શકાશે નહિ. એવી જ રીતે, રાષ્ટ્રીય આયોગ અને રાજ્ય આયોગને કરવાની અપીલના કિસ્સામાં તેની નીચેની તકરાર નિવારણ

સંસ્થાએ હુકમ કર્યા મુજબની રૂ.૩૫,૦૦૦ (પાંત્રીસ હજાર) અને રૂ.૨૫,૦૦૦/(પચીસ હજાર) અથવા તેની અર્ધી રકમ જમા કરાવવાની આવશ્યકતા છે.

આ અધિનિયમની જોગવાઈઓને અમલમાં લાવવાના હેતુથી રાષ્ટ્રીય આયોગને જરૂરી જણાય તેમ ઉચિત વિનિયમો કરવાની સત્તા આ અધિનિયમની કલમ ૩૦-ક હેઠળ આપવામાં આવી છે. રાજ્ય સરકાર, નિકાલબાકી કેસો અને તેની સાથે સંકળાયેલી બીજી બાતો અથવા સંબંધિત અન્ય સંજોગોને આધારે એક જ જિલ્લામાં જરૂરી જણાય ત્યારે એકથી વધુ જિલ્લા ફોરમની સ્થાપના કરી શકશે. ઉપર જણાવ્યા મુજબની આ અધિનિયમની જોગવાઈઓ કેસોના દરેક તબક્કે ઝડપી નિકાલ માટે પૂરતી હોય તેનાથી પણ વધુ છે.

### ગ્રાહકને મળવાપાત્ર દાદ :

અધિનિયમ હેઠળ ગ્રાહકને મળવાપાત્ર દાદ નીચે મુજબ છે :-

- ◆ માલમાંથી ખામી દૂર કરાવવી.
- ◆ માલ બદલી આપવો.
- ◆ ચૂકવેલી કિંમત પરત આપવી.
- ◆ વેઠેલા નુકસાન અથવા ઇજા બદલ વળતર આપવું.

ફરિયાદી અથવા વિરુદ્ધના પક્ષકાર અથવા સાક્ષીઓને સોગંદનામા, દસ્તાવેજો અથવા રેકર્ડ પર ઉપલબ્ધ સામગ્રીના આધારે તપાસવાની જરૂર પડતી નથી. ફરિયાદનો નિકાલ એટલે કે તેની પરના હુકમો ઉપલબ્ધ દસ્તાવેજો સામગ્રીને આધારે કરી શકાય.

- ◆ કરવામાં આવતી પૂછપરછ સંક્ષિપ્ત પ્રકારની પૂછપરછ હોય છે.
- ◆ સાક્ષીઓની તપાસણી ખરેખર જરૂરી જણાય તેવા જ કિસ્સાઓમાં, ઉદાહરણ તરીકે તબીબી બેદરકારીના કિસ્સાઓમાં માત્ર ફોરમ સંબંધિત પક્ષકારને કેસના સાક્ષીઓ તપાસવાની છૂટ આપી શકશે.
- ◆ પક્ષકારો ભૌતિક લાક્ષણિકતાઓની ખરાઈ કરીને તેનો અહેવાલ/મંતવ્ય આપવા માટે કમિશનરો તરીકે એડવોકેટ અથવા ટેકનિકલ વ્યક્તિઓની નિમણૂક કરવા માટે અરજી કરી શકશે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ માત્ર ગ્રાહકોના હિતોની સુરક્ષા કરે છે એટલું જ નહિ; પરંતુ ગ્રાહકોને લાભ પણ અપાવે છે જ્યારે ખોરાક ભેળસેળ નિવારણ અધિનિયમ અથવા તોલમાપ અધિનિયમ હેઠળ વેપારી પર કાનૂની કાર્યવાહીને ગ્રાહકને કોઈપણ લાભ અપાવ્યા વગર સજા કરવામાં આવે છે.

### ગ્રાહક સુરક્ષા (સુધારા) અધિનિયમ, ૨૦૦૨ની ઝલક :

- ◆ ગ્રાહકના મૃત્યુના કિસ્સામાં, મુખ્ય અધિનિયમની કલમ ૨ હેઠળના નવા પેટા-ખંડ(૧)થી, ગ્રાહકનો કાનૂની વારસદાર અથવા પ્રતિનિધિ કેસ ચલાવી શકશે.
- ◆ વાણિજ્યિક હેતુ માટે સેવા મેળવતી હોય તેવી વ્યક્તિને "ગ્રાહક"ના પ્રકારમાંથી બાકાત રાખવાની જોગવાઈ, તેમ છતાં, "વાણિજ્યિક હેતુ"માં, વ્યક્તિએ વ્યક્તિએ સ્વરોજગારના સાધન દ્વારા માત્ર અને માત્ર પોતાની આજીવિકા કમાવાના હેતુથી જ ખરીદેલા અને ઉપયોગમાં લીધેલા કોઈ માલનો ઉપયોગનો અને મેળવેલી સેવાનો સમાવેશ થતો નથી.
- ◆ મુખ્ય અધિનિયમની કલમ ૨ હેઠળના ખંડ(૯) પછી નવા ખંડ(૯૯)ના સ્વરૂપમાં "ભળતા/નકલી માલ અને સેવાઓ".
- ◆ મુખ્ય અધિનિયમ હેઠળ ઠરાવેલા ગ્રાહક અધિકારોને જિલ્લાની અંદર ઉત્તેજન અને સુરક્ષા આપવાના હેતુથી "જિલ્લા કલેક્ટર"ની અધ્યક્ષતા હેઠળ "જિલ્લા ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદ"ની સ્થાપના - નવી કલમો ૮-ક, અને ૮-ખ દાખલ કરવા ધાર્યું છે.
- ◆ સભ્યો માટેની શૈક્ષણિક લાયકાતો અને તેમની ગેરલાયકાતોની પણ જોગવાઈ છે.
- ◆ સભ્યની બીજા પાંચ વર્ષની મુદત સુધી અથવા તે પાંસઠ વર્ષનો થાય - તે બેમાંથી જે વહેલુ હોય ત્યાં સુધી તેની ફેરનિમણૂક.
- ◆ ફરિયાદો જે રીતે થઈ શકશે તે રીતોના સંબંધમાં કલમ ૧૨ને બદલે નવી કલમ મૂકવી.
- ◆ સુનાવણી મુલતવી રાખવાના સંબંધમાં જોગવાઈઓ - "સામાન્ય રીતે કોઈ કેસની સુનાવણી મુલતવી રાખી શકાશે નહિ". મુખ્ય અધિનિયમની કલમ ૧૩ હેઠળ નવા પેટા-ખંડ(૩-ક)નો પરંતુક.
- ◆ "વચગાળાનો ફુકમ" કરવાની સત્તા - કલમ ૧૩નો નવો પેટા-ખંડ (૩-ખ)
- ◆ "શિક્ષાત્મક હોય તેવું નુકસાન" અપાવવાની સત્તા - કલમ ૧૪ની પેટા કલમ(૧)ના ખંડ(ઘ)નો નવો પરંતુક.
- ◆ ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરખબરની અસરને નિર્મૂળ કરવાના હેતુથી વિરૂદ્ધના પક્ષકારને ખર્ચે "સુધારાત્મક વિજ્ઞાપન" બહાર પાડવાની સત્તા - કલમ ૧૪ની પેટા કલમ(૧) હેઠળ નવો ખંડ(થગ)
- ◆ રાજ્ય આયોગના પ્રમુખ દ્વારા એક અથવા તેથી વધુ સભ્યો ધરાવતી રાજ્ય આયોગની બેંચ(ખંડપીઠ)ની રચના થઈ શકશે.
- ◆ ફરિયાદીએ અરજી કર્યે અથવા આપમેળે કોઈ જિલ્લા ફોરમ સમક્ષની કોઈ પણ અનિર્ણિત ફરિયાદને ન્યાયના હિતમાં રાજ્યની અંદરના બીજા કોઈ જિલ્લા ફોરમમાં તબદીલ કરવા માટે રાજ્ય આયોગને અધિકૃત કરતી નવી કલમ ૧૭(ક) દાખલ કરવા બાબત.

- ◆ રાષ્ટ્રીય આયોગની ખંડપીઠ(બેન્ચ)ની રચના.
- ◆ જ્યારે કેસના રેકર્ડ પરથી કોઈ દેખીતી ભૂલ જણાય તેવા કિસ્સામાં પોતાના હુકમનું પુનર્વિલોકન કરવાની રાષ્ટ્રીય આયોગની સત્તા.
- ◆ જિલ્લા ફોરમ, રાજ્ય આયોગ અથવા રાષ્ટ્રીય આયોગના હુકમ સંબંધી જોગવાઈ.
- ◆ ફોજદારી કાર્યરીતિ અધિનિયમમાં કંઈપણ મજફૂર હોય તેમ છતાં, ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ હેઠળના તમામ ગુનાની ઇન્સાફી કાર્યવાહી સંક્ષિપ્ત રીતે ચલાવી શકાશે. જિલ્લા ફોરમ, રાજ્ય આયોગ અથવા રાષ્ટ્રીય આયોગને ગુનાઓની ઇન્સાફી કાર્યવાહી માટે પ્રથમ વર્ગના જ્યુડિશીયલ મેજિસ્ટ્રેટની સત્તા રહેશે.
- ◆ નોટિસની બજવણી માટેની કાર્યરીતિના સંબંધમાં નવી કલમ ૨૮-ક

.....

## સલામતીનો અધિકાર

## એકમ-૬



**ધ્યેય :** વિદ્યાર્થીઓને પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના સલામતી પાસાઓનું ટેકનિકલ દ્રષ્ટિએ મૂલ્યાંકન કરવા માટે અને ખરીદીનો શાણપણયુક્ત નિર્ણય લેવા માટે સક્ષમ બનાવવા.

**ઉદ્દેશો :** આ એકમનો ઉદ્દેશ, વિદ્યાર્થીઓ સમક્ષ પ્રત્યક્ષ પરિસ્થિતિઓ પ્રગટ કરીને, તેમને, -

- ◆ સલામતીના અધિકારની સંકલ્પના સમજવા માટે સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ માલ અને સેવાની સલામતી સુનિશ્ચિત કરવા માટે સરકાર અને અન્ય સંસ્થાઓ દ્વારા લેવાતા પગલાની જાણકારી મેળવવા સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ ખોરાક, ઔષધ અને પ્રોડક્ટના સંદર્ભમાં સલામતીની સમજ કેળવવા સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ ગ્રાહકોને સુરક્ષા આપવા માટે અસ્તિત્વ ધરાવતા કાનૂની ઢાંચાની અને સલામતીનો અધિકાર કઈ રીતે વાપરવો તે બાતની સમજ મેળવવા સક્ષમ બનાવવાનો છે.

### અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની ટેવો કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ ખરીદી કરતી વખતે પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના સલામતી ધોરણો ચકાસવા.
- ◆ માલ અને સેવાઓના સલામતી પાસા સમજવા માટે સૂચના/નિયમાવલી વાંચવી.
- ◆ પ્રોડક્ટના સલામત ઉપયોગ અને નિકાલ વિશે વેપારીઓને પૂછપરછ કરવી.
- ◆ કોઈ પ્રોડક્ટ અસલામત જણાય ત્યારે વેપારીઓને તે બાબતે પ્રશ્નો પૂછવા.
- ◆ માલ અને સેવાઓના સલામતી પાસા અને સુરક્ષા પર તેમને અને જાહેર જનતાને કાયદા અને વિનિયમો અનુસાર શિક્ષણ આપવું.
- ◆ તેમને અસલામત જણાતી કોઈ પ્રોડક્ટ અથવા સેવાઓ વિશે અન્યને શિક્ષણ આપવું.

### સલામતીના અધિકારનો અર્થ :

સલામતીનો અધિકાર એટલે આરોગ્ય અથવા જીવનને જોખમરૂપ હોય તેવી પ્રોડક્ટ, ઉત્પાદનપ્રક્રિયા અને સેવાઓ સામે સુરક્ષિત થવાનો અધિકાર, તેમાં, ગ્રાહકોના લાંબા ગાળાના હિત

અને તાત્કાલિક જરૂરિયાતોના વિષયોનો સમાવેશ થાય છે. માલ ખરીદતી વખતે અથવા સેવાઓ મેળવતી વખતે -

- ◆ ગ્રાહકને પોતાની માલમિલકત અથવા પોતાની વ્યક્તિને થતા નુકસાનની વિરૂદ્ધ રક્ષણ મેળવવાનો અધિકાર છે.
- ◆ પ્રોડક્ટ અથવા સેવાની નિષ્ફળતાને લીધે, ગ્રાહકને કોઈ શારીરિક જોખમ, આરોગ્યનો ખતરો ન થવો જોઈએ અથવા તેનાથી ગ્રાહક મુશ્કેલીમાં મૂકાવો ન જોઈએ.

### સંકલ્પનાઓ :

સલામતી ધોરણો  
પ્રમાણ ચિહ્નો  
ઝેરી દ્રવ્યો  
યાંત્રિક જોખમો  
વિદ્યુતને લગતા જોખમો  
સ્ફોટક જોખમો  
રાસાયણિક જોખમો  
જૈવિક જોખમો  
કિરણોત્સર્ગ જોખમો  
પ્રોડક્ટની સલામતી  
સલામત ખરીદી  
સલામત ઔષધો

### સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

શિક્ષકોએ –

- ◆ "સલામતીના અધિકાર"નું વાચન કરીને ગ્રાહકોમાં ચર્ચા કરવી.
- ◆ સલામત અને બિનસલામત પ્રોડક્ટની ખાસિયતો સમજાવવી.
- ◆ પ્રોડક્ટના સલામતી ધોરણો સમજાવવા.
- ◆ પ્રોડક્ટ ચકાસણી પ્રયોગશાળાઓ માટેની જરૂરિયાતની ચર્ચા કરવી.
- ◆ 'ગ્રાહક સલામતી' માટેના "કાયદાઓ" સમજાવવા.
- ◆ ગ્રાહકો, ખાસ કરીને વિદ્યાર્થીવર્ગને બિનસલામત પ્રોડક્ટથી કઈ રીતે સુરક્ષિત રાખી શકાય તેની ચર્ચા કરવી.

## બજાર મોજણી :

વિદ્યાર્થીઓના નાના નાના જૂથ બનાવીને તેમને ગામની બજાર, અઠવાડિયે ભરાતી બજાર અથવા રવિવારી બજાર, સુપર માર્કેટ, ઇલેક્ટ્રિક સ્ટોર, ખેતીને લગતી ચીજવસ્તુઓનો સ્ટોર, દવાની દુકાન અને તેની જેવા બીજા સ્થાનિક સ્ટોરની મુલાકાત લેવા જણાવવું.

વિદ્યાર્થીઓએ -

- ◆ ઉપયોગ માટે તદ્દન બિનસલામત જણાતી હોય તેવી બજારમાં મળતી કોઈ પણ પાંચ પ્રોડક્ટ નક્કી કરવી.
  - ◆ સલામત અને બિનસલામત પ્રોડક્ટની યાદી બનાવવી અને શા માટે તે પ્રોડક્ટ સલામત અને બિનસલામત છે તે સમજાવવું.
  - ◆ કોઈ બિનસલામત પ્રોડક્ટને ઉપયોગ માટે સલામત બનાવવા માટેની સૂચનાઓની યાદી બનાવવી.
  - ◆ પોતાના સમગ્ર તારણોનો અહેવાલ બનાવવો અને વર્ગમાં તેની ચર્ચા કરવી.
- (૧) પ્રોડક્ટો ઉપર માનક પ્રમાણ ચિહ્નો વિદ્યાર્થીઓ પાસે ઓળખાવવા અને તે વિશે ભીંતપત્રક તૈયાર કરીને ગ્રાહકમંડળમાં પ્રદર્શિત કરવું.
- (૨) વિદ્યાર્થીઓને “**Best before**”નું પ્રોડક્ટ લેબલ સમજાવવું. પ્રોડક્ટની સલામતી સુનિશ્ચિત કરવા માટે લેબલ પર જરૂરી હોય તે પ્રકારની વિગતોની ચર્ચા હાથ ધરવી.
- (૩) વિદ્યુત ઉપકરણોની સાથોસાથ આપવામાં આવતા સૂચના નિયમસંગ્રહો એકત્રિત કરીને તેની ચર્ચા કરવી. ઉત્પાદક દ્વારા પ્રોડક્ટ સલામતીને લગતી આપવામાં આવતી સૂચનાઓની ચર્ચા કરવી.
- (૪) વિદ્યાર્થીઓને કોઈ એક પ્રોડક્ટ પસંદ કરવા જણાવવું અને ઉત્પાદકે આપવી જરૂરી હોય તેવી સલામતી સૂચનાઓની યાદી તૈયાર કરવી.

.....

## માહિતીનો અધિકાર

## એકમ-૭



### ધ્યેય :

વિદ્યાર્થીઓને માહિતીનું મહત્વ સમજાવવું અને શાણપણયુક્ત નિર્ણય લેવા માટે ઉચિત માહિતી મેળવી લેવાના કૌશલ્યો વિકસાવવા.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમનો ઉદ્દેશ, વિદ્યાર્થીઓને પ્રત્યક્ષ તાલીમ આપીને તેમને, -

- ◆ માહિતગાર થવા માટેનો અધિકાર.
- ◆ ગ્રાહક માહિતીના સ્ત્રોત.
- ◆ શાણપણયુક્ત પસંદગી કરવા માટે માહિતીનું મહત્વ.
- ◆ સમાજના કલ્યાણ માટે પોતાનો અધિકાર કઈ રીતે વાપરવો તે સમજવા માટે સક્ષમ બનાવવાનો છે.

### અધ્યયન પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ શાણપણયુક્ત પસંદગી કરવા માટે માહિતીના વિવિધ સ્ત્રોત શોધી કાઢવા.
- ◆ માલ અને સેવાઓ સંબંધી માહિતી મેળવવાની ટેવ પાડવી.
- ◆ માહિતીના ખરાપણાનું અને યોગ્યતાનું મૂલ્યાંકન કરવું.
- ◆ ખરીદી કરતી વખતે શાણપણયુક્ત અને જવાબદારીયુક્ત વર્તન કરવું.

### અર્થ :

માહિતગાર થવાનો અધિકાર એટલે પોતાની જાણ સહિત પસંદગી અથવા નિર્ણય કરવા માટે જરૂરી માહિતીની હકીકતો પોતાને પૂરી પાડવામાં આવે તેવો અધિકાર. ગ્રાહકો શાણપણયુક્ત અને જવાબદારીપૂર્વક વર્તન કરવા સક્ષમ બને તે હેતુથી તેમને પૂરતી માહિતી પૂરી પાડવી જોઈએ. વધુ સ્પષ્ટ રીતે કહીએ તો ગ્રાહકોને નીચેના અધિકારો હોવા જોઈએ :-



- ◆ તેઓ જે પ્રોડક્ટ ખરીદવાના હોય તેને લગતી વિગતવાર માહિતી મેળવવાનો અધિકાર.
- ◆ વેચાણ માટે મૂકવામાં આવતા માલ અથવા સેવાની ગુણવત્તા, જથ્થો, ક્ષમતા, શુદ્ધતા, બંધારણ અને તેની કિંમતો સંબંધી માહિતી મેળવવાનો અધિકાર.
- ◆ અસ્પષ્ટ પ્રચાર દ્વારા ગેરમાર્ગે ન દોરાવવાનો અધિકાર.
- ◆ કોઈ ગ્રાહક પ્રોડક્ટની ખરાબ અસરો હોય તો તે જાણવાનો અધિકાર.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના સંબંધમાં શાણપણયુક્ત પસંદગી કરવા માટે તમામ પ્રકારની માહિતી મેળવવાનો અધિકાર.
- ◆ નાગરિકોના જીવનને સીધી રીતે પ્રતિકૂળ અસર કરતા હોય તેવા પ્રશ્નોમાં પડવાનો અધિકાર.
- ◆ સરકારની કલ્યાણકારી યોજનાઓમાં પ્રવેશનો અધિકાર.

આ અધિકારો ગ્રાહકોને મુક્ત અને બૌદ્ધિક નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરી શકે છે અને તેમને છેતરામણી અને ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતીથી બચાવી શકે છે.

### લેબલ-માહિતીનો સ્ત્રોત :

આદર્શ લેબલમાં નીચેની માહિતી હોવી જોઈએ :-

- ◆ પ્રોડક્ટનું નામ
- ◆ ઉત્પાદકનું નામ સરનામું
- ◆ પ્રોડક્ટમાં મિશ્રિત તત્ત્વો અને તેનું પ્રમાણ
- ◆ પ્રોડક્ટનું વજન/જથ્થો (ચોખ્ખું વજન, ભેજયુક્ત વજન)
- ◆ બેચ નંબર
- ◆ ઉત્પાદનનો મહિનો અને વર્ષ
- ◆ પોષણને લગતી માહિતી
- ◆ પ્રોડક્ટમાં ઉમેરેલા દ્રવ્યો – તેના નામ અને પ્રમાણ
- ◆ ઉત્પાદનમાં વાપરેલી પ્રક્રિયાને લગતી ટેકનિક
- ◆ કોઈ ચેતવણી હોય તો તે
- ◆ અર્થપૂર્ણ આરોગ્ય દાવા

### સંકલ્પના :

માહિતીના સ્ત્રોત

પ્રચાર માધ્યમ

નાગરિક અધિકારપત્ર

લેબલ

તત્ત્વો

પોષણને લગતી માહિતી  
પ્રોડક્ટમાં ઉમેરેલા દ્રવ્યો  
પ્રક્રિયા ટેકનિક  
તોલમાપને લગતી માહિતી

**સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :**

**શિક્ષકોએ -**

- ◆ ગ્રાહકના "માહિતી અધિકાર"નું વાચન કરીને ચર્ચા કરવી.
- ◆ માહિતીના સ્ત્રોત સમજાવવા
- ◆ લેબલમાં હોવી જોઈએ તે માહિતીની વિગતવાર ચર્ચા કરવી
- ◆ તોલમાપને લગતા સાધનો પરની માહિતીની ચર્ચા કરવી
- ◆ માહિતીના ગેરમાર્ગે દોરતા સ્ત્રોત સમજાવવા
- ◆ સમાજના કલ્યાણ માટે માહિતીનો ઉપયોગ કરવા પ્રેરણા આપવી
- ◆ માહિતીના અને ખોટી માહિતીના સ્ત્રોત તરીકે જાહેરાતોની ચર્ચા કરવી
- ◆ વિદ્યાર્થીઓને જાહેરાતો જોવા અને તેમાં કયા પ્રકારની માહિતી આપવામાં આવે છે તે શોધી કાઢવા જણાવવું
- ◆ વિદ્યાર્થીઓને સ્થાનિક સુપર બજારની મુલાકાત લઈ જવા અને તેમને ત્યાં ઉપલબ્ધ થતી માહિતી શોધી કાઢવા જણાવવું.

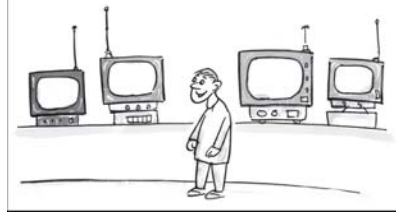
**વિદ્યાર્થીઓએ -**

- ◆ લેબલ જોવા અને તેમાંથી ઉપલબ્ધ માહિતી શોધી કાઢવી.
- ◆ કોઈ એકાદ પ્રોડક્ટ પર ઇચ્છિત માહિતી ધરાવતું લેબલ તૈયાર કરવું.
- ◆ ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને ખરીદીની યાદી તૈયાર કરવી.
- ◆ લેબલમાં હોવી જોઈએ તેવી માહિતીનું વર્ણન કરતું પોસ્ટર બનાવવું.
- ◆ ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતી આપવામાં વેપારીઓને ગેરવાજબી વેપાર પ્રથાઓ સમજાવવી.

.....

## પસંદગીનો અધિકાર

## એકમ-૮



### ધ્યેય :

વિદ્યાર્થીઓને પસંદગીનો અધિકાર વાપરવા અને શાણા ગ્રાહક બનવા સક્ષમ બનાવવા.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમનો ઉદ્દેશ વિદ્યાર્થીઓને, -

- ◆ "પસંદગીનો અધિકાર"
- ◆ નિયંત્રિત વેપારપ્રથાઓ.
- ◆ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ.
- ◆ પસંદગીનો અધિકાર સુનિશ્ચિત કરવા માટેના કાનૂની પગલા વિશે સમજ આપવાનો છે. .

### અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ ગેરવાજબી અને નિયંત્રિત વેપારપ્રથાઓ ઓળખવી.
- ◆ ગ્રાહકોના હિતનું રક્ષણ કરવા માટેના કાનૂની ઉપાયો સમજવા "પસંદગીનો અધિકાર" વાપરવો.
- ◆ કરકસરયુક્ત ખરીદી કરવી.
- ◆ ઇચ્છિત માલ અને સેવા પસંદ કરવાની આવડત વિકસાવવી.
- ◆ વિકલ્પોને મહત્વ આપવાના કૌશલ્યો વિકસાવવા.

### અર્થ :

પસંદગીનો અધિકાર એટલે સ્પર્ધાત્મક કિંમતે વિવિધ પ્રકારના માલની શક્ય બને ત્યાં સુધી ખાતરી મેળવવાનો અધિકાર. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ગ્રાહકને ગુણવત્તા અને કિંમતના સંદર્ભમાં ઉપલબ્ધ હોય તેવી સંખ્યાબંધ પ્રોડક્ટમાંથી પોતાની પસંદગીની પ્રોડક્ટ નક્કી કરીને ખરીદવાનો અધિકાર છે. દુકાનદાર ગ્રાહકને કોઈ ચોક્કસ બ્રાન્ડની કે કોઈ ચોક્કસ પ્રકારની પ્રોડક્ટ ખરીદવા માટે દબાણ કરી શકે નહિ અથવા ગ્રાહક પર એવો પ્રભાવ પાડી શકે નહિ. એવી જ રીતે વેચાણ માટેની કોઈ ચાલાકીભરી યુક્તિ મારફત વસ્તુ ખરીદવા માટે ગ્રાહક પર દબાણ ન કરવું જોઈએ.

ગ્રાહકની પસંદગી પર પ્રભાવ પાડતા પરિબલો નીચે મુજબ છે :-

- ◆ આરોગ્ય
- ◆ સલામતી
- ◆ ગુણવત્તા
- ◆ સામાજિક પરિબલ
- ◆ કાનૂની પરિબલ
- ◆ આર્થિક પરિબલ
- ◆ પર્યાવરણીય પરિબલ
- ◆ ગ્રાહક મૂલ્યો
- ◆ બોલીઓ અને શરતો
- ◆ લોકો માટે મૂલ્ય
- ◆ સ્થાનિક પ્રોડક્ટો

### સંકલ્પનાઓ :

નિયંત્રિત પસંદગી  
 ઇજારાશાહી યુક્ત વેપારપ્રથા  
 નિયંત્રિત વેપારપ્રથા  
 ઇજારાશાહી  
 ગેરવાજબી વેપારપ્રથા  
 કિંમત નિર્ધારણ  
 વોરંટી  
 ગેરંટી  
 કૃત્રિમ અછત  
 વૈકલ્પિક માલ  
 ભેળસેળ કરેલી પ્રોડક્ટ  
 ભળતા ઔષધો  
 નકલી પ્રોડક્ટ  
 પસંદગીને અસર કરતા પરિબલો  
 ગ્રાહક મૂલ્યો

## સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

શિક્ષકે નીચેના મુદ્દાઓની ચર્ચા કરીને વિષયની પ્રસ્તાવના આપવી :-

- ◆ કિંમતની સામે માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તાને સમતોલ રાખવી.
- ◆ ખર્ચની સરખામણી કરવી
- ◆ પ્રોડક્ટની સલામતી
- ◆ આરોગ્યને લગતા પાસા પર તેની અસર
- ◆ પર્યાવરણ પર થતી અસર
- ◆ પ્રોડક્ટની વિશ્વસનીયતા
- ◆ ભેળસેળયુક્ત, ભળતી અને નકલી પ્રોડક્ટ શોધી કાઢવી
- ◆ કાનૂની પગલા
- ◆ ગ્રાહક પસંદગીને અસર કરતા પરિબળો

(૧) વિદ્યાર્થીઓને સ્થાનિક બજાર લઇ જવા અને તેમને બજારમાં મળતાં માલનું અવલોકન કરાવવું. શાણી પસંદગી કરવા માટે જરૂરી માહિતી એકત્ર કરવાનું સૌથી શ્રેષ્ઠ સાધન બજાર મોજણી છે. વૈકલ્પિક માલ અને સેવાઓ પર તેની કિંમતની વધઘટ સહિતની માહિતી વિદ્યાર્થીઓ પાસે એકત્ર કરાવવી.

(૨) વર્ગમાં ચર્ચા કરીને વિદ્યાર્થીને મહિનામાં જરૂર પડતી હોય તેવી દસ મુખ્ય ચીજવસ્તુઓ નક્કી કરવી. જરૂરી જથ્થો નક્કી કરવો. પોતાની યાદી સાથે વિદ્યાર્થીઓ પાંચ સ્ટોરની મુલાકાત લઇને દરેક સ્ટોર ખાતે દરેક આઇટમની કિંમત નોંધી લેશે. કઇ દુકાન સૌથી વધુ સસ્તી છે અને કઇ દુકાન સૌથી વધુ મોંઘી છે તે બાબત વિદ્યાર્થીઓને નક્કી કરવા દેવી.

(૩) માલના વિશાળ વૈવિધ્યની ઉપલબ્ધતાના ફાયદા અને ગેરફાયદા શોધી કાઢવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.

(૪) વિવિધ પ્રકારના માલ ઉપલબ્ધ થવાથી તે પરિબળની લોકોની ખરીદીની ટેવ ઉપર અસર પડતી હોય તેની ચર્ચા કરવી.

(૫) માલની પસંદગીના મહત્વ પર સૂત્રો લખવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.

(૬) વિજ્ઞાપનનો પ્રભાવ ખરીદી વર્તણૂક પર પડતો હોય છે તે સમજાવવાના હેતુથી કેટલાક ગ્રાહકોની રૂબરૂ મુલાકાત લેવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.

(૭) ગ્રાહક મૂલ્યોની ચર્ચા કરવી અને વિદ્યાર્થીઓને પોતાના મિત્ર માટે ભેટ ખરીદતી વખતે ખાસ તેઓ કઇ વસ્તુ શોધતા હોય છે તેની નોંધ કરવા જણાવવું.

.....

## સુનાવણીનો અધિકાર

## એકમ-૯



### ધ્યેય :

વિદ્યાર્થીઓને સંગઠિત થવાનું મહત્વ અને પોતાની "સુનાવણીનો અધિકાર" વાપરવાનું મહત્વ સમજાવવું.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમનો હેતુ, વિદ્યાર્થીઓને, -

- ◆ ગ્રાહકોને પોતાના હિતનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે ઉપલબ્ધ હોય તેવા જુદા જુદા મંચ વિશે સમજાવવાનો છે.
- ◆ પોતાના અધિકારો માટે લડત આપવાના હેતુથી સામૂહિક પગલા માટેની જરૂરિયાત વિશે ખ્યાલ આપવાનો છે.
- ◆ સમાજના કલ્યાણમાં પોતાની ભૂમિકાની સમજ આપવાનો છે.

### અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ નિર્ણયકર્તા મંડળોમાં પોતાના મંતવ્યો દર્શાવવા.
- ◆ પોતાની જાતને અને બીજાને રક્ષણ આપવા માટે પ્રતિક્રિયા આપવી અને અવાજ ઉઠાવવો.
- ◆ સામાજિક હેતુ માટે સંગઠિત બનવું (અભિયાન ઉઠાવવો).

### અર્થ :

સુનાવણીનો અધિકાર એટલે આર્થિક અને બીજી નીતિઓના ઘડતર અને અમલમાં સંપૂર્ણ અને સહાનુભૂતિપૂર્ણ ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવાના હેતુથી ગ્રાહકોના હિતોને સમર્થન આપવાનો અધિકાર, તેમાં સરકાર અને નીતિ ઘડતા બીજા મંડળોમાં તેમજ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ શરૂ થાય અથવા સ્થાપવામાં આવે તે પહેલાં તેના વિકાસમાં રજૂઆત કરવાના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે. ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે વ્યક્તિને કહી સંભળાવાનો અધિકાર છે. તે જુદા જુદા ફોરમોમાં પોતાના

મંતવ્ય વ્યક્ત કરી શકે છે. ગ્રાહકને એવી ખાતરી આપવામાં આવે છે કે તેના હિતો પ્રત્યે પૂરતું ધ્યાન આપવામાં આવશે. ગ્રાહકો નિર્ણયકર્તા સંસ્થાઓમાં પોતાના મંતવ્યો વ્યક્ત કરી શકે છે.

### ગ્રાહકોનો અવાજ :

ગ્રાહકોના સુનાવણીના અધિકારને રક્ષણ આપવા માટે ગ્રાહક સહભાગિતા માટે જરૂરી ફોરમ પૂરું પાડવાની જરૂરી છે. ગ્રાહકોને માલ અને સેવા પૂરી પાડતા હોય તેવા ઉત્પાદકો, વેપારીઓ, સર્વિસ પ્રોવાઇડર્સ, જાહેર અને ખાનગી સાહસો ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે કામ કરવાની જવાબદારી ધરાવે છે. તેમણે ગ્રાહકોને જે કંઈ કહેવું હોય તે કહી સંભળાવવાની તક પૂરી પાડવી જરૂરી છે. ગ્રાહકોના, આખરી વપરાશકર્તાઓના કલ્યાણ માટે તેમના સૂચનને ધ્યાનમાં લેવાની જરૂર પડે છે.

- ◆ ઉત્પાદન એકમો ગ્રાહક સેવા કેન્દ્રો ચલાવી શકે. ગ્રાહકોને ઉત્પાદન થયેલા માલની ડિઝાઇન અને કામગીરી સંબંધી પોતાનો અભિપ્રાય વ્યક્ત કરવા માટેની તક આપવી જોઈએ. ઘણી કંપનીઓ પોતાના ગ્રાહકોની સંભાળ રાખતી હોય છે. તેઓ ગ્રાહકોના અભિપ્રાયો લે છે. ગ્રાહકો તરફથી મળતા પ્રતિભાવ ગ્રાહકોને સ્વીકાર્ય બને તેવા માલ સાથે બજારમાં આવવાના નિવેશ તરીકે હેતુ સારી શકે.
- ◆ ગ્રાહકોને સેવા પૂરી પાડતી સંસ્થાઓ ગ્રાહક તકરાર નિવારણ સેલ ધરાવી શકે. ગ્રાહકોની ફરિયાદો પર સમયસર ધ્યાન આપી શકાય. આજે મોટા ભાગના જાહેર અને ખાનગી સાહસો ગ્રાહક તકરાર નિવારણ સેલ ધરાવતા હોય છે.
- ◆ ગ્રાહકોને મહત્વના પ્રશ્નો પર પોતાના મંતવ્યો દર્શાવવા માટે સરકાર પાસે જવાની જરૂર પડતી હોય છે. સરકારની નીતિઓ લોકો માટે બનેલી હોય છે. તેથી, લોકોની સહભાગિતા સૌથી વધુ મહત્વની છે. પરામર્શ અને સહભાગિતા એવી બે પદ્ધતિઓ છે. જેમાં ગ્રાહકનો અવાજ સાંભળી શકાય છે. પરામર્શનો અર્થ એવો થાય છે કે સરકાર લોકોના નિષ્ણાત મંતવ્યો મેળવવા માટે લોકોનો સંપર્ક કરે. નિર્ણયકર્તા પ્રક્રિયામાં ભાગ લેવા માટે લોકોને આમંત્રણ આપવામાં આવે તે સહભાગિતા છે. લોકો નીતિઓ ઘડવા માટે અને અમલ કરવા માટે રચાયેલી જુદી જુદી સમિતિઓના સભ્યો બને છે.

### સંકલ્પના :

- સુનાવણીનો અધિકાર
- ગ્રાહક હિતો
- ગ્રાહકનો અવાજ
- ગ્રાહક પ્રતિનિધિત્વ
- ગ્રાહક સહભાગિતા

ગ્રાહક આંદોલન

ગ્રાહક બહિષ્કાર

ગ્રાહક સંગઠન

**સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :****શિક્ષકોએ, -**

- ◆ ગ્રાહક હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે ગ્રાહક સંગઠનોની રચના કઇ રીતે થાય છે તે ચર્ચા કરવી.
- ◆ કોઇ ચોકકસ પ્રશ્ન પર ગ્રાહકોને કઇ રીતે સંગઠિત કરવા તે સમજાવવું.
- ◆ સરકારી નીતિમાં ગ્રાહકો કઇ રીતે પોતાનું યોગદાન આપી શકે તેનું વર્ણન કરવું.
- ◆ ગ્રામ,સમાજ, પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે ગ્રાહકનો અવાજ કઇ રીતે સાંભળી શકાય તેની ચર્ચા કરવી.

**વિદ્યાર્થીઓએ, -**

- ◆ પાણીનો ઓછો પુરવઠો, પરીક્ષા દરમિયાન વીજભાર વિતરણ, શાકભાજીના ભાવમાં અસાધારણ ભાવવધારો જેવી કોઇ એક સમસ્યા પસંદ કરવી.
- ◆ સમસ્યાનો અભ્યાસ કરવો.  
સમસ્યા વિશેની હકીકતો શોધી કાઢવી.  
હકીકતોને ચકાસવી.
- ◆ સંગઠિત થવું.  
બીજાને સમસ્યા સમજાવવી.  
સામૂહિક રીતે અવાજ ઉઠાવવાની જરૂરિયાત વિશે વાત કરવી.
- ◆ પગલાનું ક્રમબદ્ધ આયોજન કરવું.
- ◆ ઝુંબેશ શરૂ કરવી.

.....



## ફરિયાદ નિવારણનો અધિકાર

## એકમ-૧૦



### ધ્યેય :

વિદ્યાર્થીઓને પોતે ખરીદેલા માલ અથવા સેવા સાથે કોઈ સમસ્યા ઊભી થાય ત્યારે તેનું નિવારણ મેળવવા માટે પ્રેરણા આપવી.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમના અભ્યાસથી વિદ્યાર્થીઓ, -

- ◆ વેપારીએ છેતરપિંડી કરી હોય તેવા કિસ્સામાં મળતા રક્ષણ વિશે.
- ◆ ગ્રાહકોને ઉપલબ્ધ ઉપચારના પ્રકારો વિશે.
- ◆ નિવારણ મેળવવા માટેની જરૂરિયાત વિશે

સમજી શકશે.

### અધ્યયન પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ "ફરિયાદ નિવારણના અધિકાર"ની સંકલ્પનાની સમજ મેળવવી.
- ◆ ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમના માળખા અને તેની કામગીરી વિશેની સમજ મેળવવી.
- ◆ ફરિયાદનું નિવારણ મેળવવા માટે પ્રેરિત થવું અને સાથી ગ્રાહકોને પ્રેરણા આપવી.

### અર્થ :

નિવારણ કરવું એટલે "વસ્તુને યોગ્ય સ્થિતિમાં મૂકવી" જ્યારે ગ્રાહકોએ જેના માટે પૈસા ચૂકવ્યા હોય તે માલ અથવા સેવાઓમાં સમસ્યાઓ હોય ત્યારે તેમને નિવારણ મેળવવાનો અધિકાર છે. ગ્રાહકને પોતાની સાચી ફરિયાદની યોગ્ય પતાવટ અથવા ઉકેલ માટેનો અધિકાર છે. કોઈ પ્રોડક્ટ અથવા સેવાની કામગીરી અથવા ગુણવત્તા અપેક્ષાથી ઊણી ઊતરતી હોય તો ગ્રાહક ફરિયાદ માંડી શકે છે. ગ્રાહકોએ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની અથવા નિષ્ફૂર શોષણની વિરૂદ્ધ ફરિયાદ માંડી શકે છે.

તકરારનો ઉકેલ લાવવાના અધિકાર કોઈ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની વિરૂદ્ધ અથવા ગ્રાહકોના નિષ્ફૂર શોષણની વિરૂદ્ધ નિવારણ મેળવવા માટે ગ્રાહકો માટેની તક પૂરી પાડે છે. સાચી હોય તેવી તકરારની વાજબી પતાવટ માટેના અધિકારની પણ તેનાથી જોગવાઈ કરી છે. ક્ષતિયુક્ત માલ

અથવા સેવાઓ માટે આ અધિકારથી વળતરની ખાતરી મળે છે. નિવારણ એ ફરિયાદો સાંભળવાની કુદરતી અનુવર્તી કાર્યવાહી અને ગ્રાહક તેમજ વેપારીને સ્વીકાર્ય હોય તે રીતેની પતાવટ છે. ગ્રાહકોને શોષણ તેમજ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓથી બચાવવા માટેના અને બિનખર્ચાળ, સુલભ અને ઝડપી ઉપાય પૂરો પાડવાના ધ્યેયથી ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ અધિનિયમિત કરવામાં આવ્યો હતો. ગ્રાહકોને પોતાની ફરિયાદની પતાવટનો અધિકાર વાપરવા માટે કાયદા હેઠળ ઘણાં બધા પગલાઓની જોગવાઈ કરેલી છે.

### સંકલ્પના :

- ◆ ઉકેલ/નિવારણ
- ◆ ગ્રાહક ફોરમ
- ◆ ફરિયાદ
- ◆ ગ્રાહક શોષણ
- ◆ ગ્રાહક તકરાર
- ◆ ખામીયુક્ત માલ અને સેવાઓ
- ◆ ગ્રાહકની જવાબદારીઓ
- ◆ માલની કિંમત પરત મેળવવી/માલ બદલી આપવો/તેની રસીદ મેળવવી
- ◆ ગ્રાહક કાયદાઓ
- ◆ કાનૂની રક્ષણ
- ◆ પુરાવો

### સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

#### શિક્ષકોએ, -

- ◆ જિલ્લા ગ્રાહક ફોરમોની મુલાકાત લેવાનું આયોજન કરવું.
- ◆ ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમના માળખા અને તેની કામગીરી પર પ્રવચન ગોઠવવું.
- ◆ "ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદા" પર પ્રવચન ગોઠવવું.
- ◆ કૃત્રિમ ગ્રાહક ફોરમનું આયોજન કરવું.

#### વિદ્યાર્થીઓએ, -

- ◆ તરકારનો ઉકેલ લાવવાની જરૂરિયાત પર સરઘસનું આયોજન કરવું.
- ◆ વેપારીઓએ ગ્રાહકોને છેતર્યા હોય તેવા કિસ્સા શોધીને વર્ગમાં રજૂ કરવા અને તેના ઉપાયોની ચર્ચા કરવી.
- ◆ સ્થાનિક વર્તમાનપત્રોમાં પ્રસિદ્ધ થયેલા ગ્રાહક કેસો એકત્ર કરવા અને તેનો સંગ્રહ કરવો.
- ◆ કોઈપણ સ્થાનિક ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની વિરૂદ્ધ કેસ દાખલ કરવા માટે ફરિયાદનો મુસદ્દો તૈયાર કરવો.

.....

## ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર

એકમ-૧૧



**ધ્યેય :**

વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક શિક્ષણનું મહત્વ અને પોતાના સાથી ગ્રાહકોને જાણકારી આપવામાં તેમની ભૂમિકા સમજાવવી.

**ઉદ્દેશો :**

આ એકમના અભ્યાસથી વિદ્યાર્થીઓ, -

- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણનું મહત્વ
- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણના પ્રસારનું મહત્વ
- ◆ સાથી ગ્રાહકોને જાણકારી આપવામાં વ્યક્તિની ભૂમિકા

સમજાવવામાં સક્ષમ બનશે.

**અધ્યયન પરિણામો :**

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ ગ્રાહકોને શિક્ષણ આપવામાં સક્રિય ભૂમિકા સ્વીકારવી.
- ◆ ગ્રાહક શોષણના બનાવોનું વિશ્લેષણ કરીને સમયસર પગલા લેવા.
- ◆ ગ્રાહક સાનુકૂળ નિર્ણયોમાં કૌશલ્યો, મૂલ્યો અને અભિગમો વિકસાવીને તેમાં યોગદાન આપવું.

**અર્થ :**

ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર એટલે સમગ્ર જીવન દરમિયાન માહિતગાર ગ્રાહક બનવા માટેની જાણકારી અને કૌશલ્યો પ્રાપ્ત કરવાનો અધિકાર. ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકારમાં ગ્રાહક નિર્ણયોને પ્રતિફળ અસર કરતાં હોય તેવા પરિબલોને કાબૂમાં લેવા માટેના પગલા લેવા માટે જરૂરી જ્ઞાન અને કૌશલ્યોના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે. ગ્રાહક શિક્ષણ નાગરિકોનું બૌદ્ધિક ગ્રાહકો તરીકે નિર્માણ કરવા માટે જરૂરી જ્ઞાન પૂરું પાડે છે. વિશાળ અર્થમાં જોઈએ તો, ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર એટલે ગ્રાહકની પસંદગીઓને પ્રતિફળ અસર કરી શકે તેવા તેના પર્યાવરણ સાથે સંબંધ ધરાવતા

તમામ વિકાસને જાણીને તેનાથી માહિતગાર થવું. ગ્રાહક શિક્ષણ ઘણા બધાં સ્ત્રોત ધરાવે છે અને તે શિક્ષણની વિવિધ પદ્ધતિઓથી સમાજના વિવિધ વયજૂથોને અને વર્ગોને આપવામાં આવે છે. સાંપ્રત સમયમાં ગ્રાહક સશક્તિકરણની એક તાતી જરૂરિયાત યુવાપેઢીને ગ્રાહક શિક્ષણના મુખ્ય પ્રવાહમાં લઈ આવવાને લગતી છે.

ગ્રાહક શિક્ષણનો અર્થ એવો પણ થઈ શકે કે આધુનિક ઔદ્યોગિક અર્થતંત્રની આર્થિક અને સામાજિક શક્યતાઓને વધુ સંપૂર્ણ રીતે સાકાર કરવામાં ખરીદીવૃત્તિની પરીચિત સૂઝ વિકસાવવાનું કોઈપણ તત્વ. સમાજમાં પરિપકવ ગ્રાહકની ભૂમિકા ધારણ કરવા માટે લોકોને તૈયાર કરવાની પદ્ધતિની સુધારણા કરવા માટેનું તે એક સંગઠિત આંદોલન છે.

### ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેય :

ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેય, -

- ◆ ગ્રાહક જાગૃતિની વૃદ્ધિ કરવાની છે.
- ◆ વિશ્વાસનું નિર્માણ કરવાનો છે.
- ◆ નકકર નિર્ણયો કરવામાં મદદ કરવાનો છે.
- ◆ બજાર અર્થતંત્રમાં ગ્રાહકની ભૂમિકાને સાકાર કરવાનો છે.
- ◆ ગ્રાહકોને પોતાના અધિકારો વાપરવાના મદદ કરતાં કાનૂનીતંત્રને સમજવાનો છે.
- ◆ ગ્રાહકને શાણા ખરીદદાર બનાવવામાં મદદ કરવાનો છે.
- ◆ ગ્રાહકને સંસાધનોના વધુ સારા વ્યવસ્થાપક બનાવવાનો છે.
- ◆ ગ્રાહકને વધુ સારા ગ્રાહક નાગરિક બનાવવાનો છે.

### સંકલ્પના :

ગ્રાહક શિક્ષણ

ગ્રાહક શોષણ

ગ્રાહક માહિતી

જ્ઞાન

કૌશલ્યો

અજ્ઞાન

ગ્રાહક મૂલ્યો

અભિગમ

### સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

- ◆ ગ્રાહક શિક્ષણ માટેની જરૂરિયાત અને દરેક વ્યક્તિની ભૂમિકા વિશે ચર્ચા કરવી.
- ◆ ગ્રાહકનું શોષણ થતું હોય તેવી અમુક પરિસ્થિતિઓની યાદી બનાવવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.

- ◆ તોલમાપમાં થતાં ગ્રાહક શોષણના કિસ્સામાં ગ્રાહકને કઇ રીતે શિક્ષણ આપવું તે વિષયમાં વિદ્યાર્થીઓને માર્ગદર્શન આપવું.
- ◆ "ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો"ના વિષય પર ગ્રાહક શિક્ષણનું આયોજન કરવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.
- ◆ ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો પર લોકોને શિક્ષણ આપવા માટે નાટક ભજવવાનું આયોજન કરવું.

.....

## મૂળભૂત જરૂરિયાતોનો અધિકાર

## એકમ-૧૨



### ધ્યેય :

સામાન્ય નાગરિકોને તેમના મૂળભૂત અધિકારો સુનિશ્ચિત કરવા માટે લેવાના પગલા વિશે સમજ મેળવવા, મૂલ્યાંકન કરવા અને તેમાં પોતાનું યોગદાન આપવા માટે વિદ્યાર્થીઓને સક્ષમ બનાવવા.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમનો ઉદ્દેશ વિદ્યાર્થીઓને, -

- ◆ ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને અભાવોનો ભેદ પારખવા માટે સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ ઉત્તમ જીવન માટે આવશ્યક માલ અને સેવાઓ ઓળખવા માટે સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ મૂળભૂત જરૂરિયાતો સંતોષવા માટે ગ્રાહક અધિકારો સમજવા સક્ષમ બનાવવાનો છે.
- ◆ વિવિધ બજારની અર્થવ્યવસ્થા અને પારિવારિક જીવન પર તેની અસર સમજવા માટે સક્ષમ બનાવવાનો છે.

### અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- ◆ "પ્રાથમિક જરૂરિયાતોના અધિકાર"ની સંકલ્પના સમજવી.
- ◆ બજારમાં ચાવીરૂપ અને મહત્વની વ્યક્તિઓને ઓળખવી.
- ◆ જુદા જુદા પ્રકારની અર્થવ્યવસ્થાઓની જાણકારી મેળવવી.
- ◆ પારિવારિક જીવન પર સામાજિક અને આર્થિક પરિબળોની અસર સમજવી.

### અર્થ :

મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકારમાં જીવન ટકાવી રાખવા માટે ખાતરી આપતા હોય તેવા પ્રાથમિક પ્રકારના માલ અને સેવાઓની જોગવાઈનો સમાવેશ થાય છે. તેમાં ઉત્તમ જીવન તરફ દોરી જતાં પૂરતાં આધાર, વસ્ત્રો, આશ્રય, આરોગ્ય સંભાળ, શિક્ષણ અને સ્વચ્છતાનો સમાવેશ થાય છે. મૂળભૂત જરૂરિયાતોની ખાતરીનો અધિકાર જુદા જુદા સમાજ અને જુદા જુદા દેશો માટે જુદો જુદો અર્થ ધરાવે છે. વિકાસશીલ વિશ્વમાં, ગ્રાહકની મૂળભૂત જરૂરિયાતોનું અર્થઘટન પૂરતાં ખોરાક,

કપડાં અને આશ્રય તરીકે કરવામાં આવે છે. જ્યારે વિકસ્તિ દેશોમાં ગ્રાહકની મૂળભૂત જરૂરિયાતોનું અર્થઘટન ગ્રાહકમાલની વાજબી ગુણવત્તા અથવા ત્વરિત, સુનિશ્ચિત અને જવાબદાર સેવા તરીકે થતું હોય છે.

વિસ્તૃત અર્થમાં જોઈએ તો, -

- ◆ દરેક ગ્રાહકને પોતાના ગરીમાયુક્ત જીવનની ખાતરી આપતી હોય તેવી પ્રાથમિક જરૂરિયાતો અને સેવાઓનો અધિકાર છે.
- ◆ તેમાં પૂરતાં ખોરાક, કપડા, આશ્રય, આરોગ્ય સંભાળ, પીવાના પાણી, શિક્ષણ, સંભાળ, ઊર્જા અને વાહન વ્યવહારોનો સમાવેશ થાય છે.

### સંકલ્પના :

મૂળભૂત જરૂરિયાતો  
 મૂળભૂત જરૂરિયાતો/સવલતો/સુખસુવિધાઓનાં અભાવ  
 કુટુંબની આવક  
 ઉત્તમ જીવન  
 કલ્યાણ કાર્યક્રમો  
 બજાર/વેપારીઓ/ઉત્પાદકો/માલ/સેવા/સેવા પૂરી પાડનાર વ્યક્તિઓ  
 નાણું – આવશ્યક માલ/ઇચ્છિત માલ  
 ખરીદશક્તિ  
 કુટુંબની ખરીદશક્તિ પર અસર કરતાં પરિબળો  
 સામાજિક દરજ્જો

### સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

શિક્ષકોએ, -

- ◆ જરૂરિયાતો અને સવલતો વચ્ચેનો સવલતો અને સુખસુવિધાઓ વચ્ચેનો આવશ્યક માલ અને ઇચ્છિત માલ વચ્ચેનો તફાવત દર્શાવીને ચર્ચા કરવી.
- ◆ પરિવારની માલ અને સેવાની પસંદગી પર અસર કરતા પરિબળોની ચર્ચા કરવી.
- ◆ માલ અને સેવાઓ પૂરી પાડનારા તેમજ બજારમાં થતા વ્યવહારો વિશે સમજાવવું.
- ◆ કુટુંબની ખરીદશક્તિને અસર કરતાં હોય તેવા પરિબળોની ચર્ચા કરવી.

- ◆ મૂળભૂત જરૂરિયાતો પૂરી પાડવામાં સરકાર અને વ્યક્તિની ભૂમિકા વિશે ચર્ચા કરવી.

### વિદ્યાર્થીઓએ, -

- ◆ પોતાની જરૂરિયાતો, સવલતો અને સુખસુવિધાઓ નક્કી કરવી.
- ◆ કુટુંબની મૂળભૂત જરૂરિયાતોની યાદી બનાવવી.
- ◆ આવશ્યક માલ અને સેવાઓની યાદી બનાવવી.
- ◆ એક કુટુંબને જરૂર પડે તેવા, આવશ્યક ન હોય પણ ઇચ્છિત હોય તેવા માલ અને સેવાઓની યાદી બનાવવી.
- ◆ ઉપર જણાવેલી યાદી મુજબના માલ અને સેવાઓના પ્રોવાઇડર્સ નક્કી કરવા.
- ◆ માલની પસંદગીને અસર કરતાં હોય તેવા બજાર પરીબળોની ચર્ચા કરવી.

.....



## આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર

## એકમ-૧૩



### ધ્યેય :

વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક તરીકે પર્યાવરણનું સંરક્ષણ કરવાની તેમની ભૂમિકા અને આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણમાં જીવવાના પોતાના અધિકાર વિશે શિક્ષણ આપવું.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમના અભ્યાસથી વિદ્યાર્થીઓ, -

- ◆ આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનું મહત્વ
- ◆ પર્યાવરણને અસર કરતાં પરિબળો
- ◆ પર્યાવરણનું સંરક્ષણ કરવા માટે પોતાની જવાબદારી

સમજવા માટે સક્ષમ બનશે.

### અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષાઓ રાખવામાં આવે છે :-

- (૧) પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ વલણ વિકસાવવું.
- (૨) પર્યાવરણને હાનિકારક અસર ન કરતી હોય તેવી ટેવો કેળવવી.
- (૩) પરિસ્થિતિને સાનુકૂળ ન હોય તેવી પ્રોડક્ટના ઉત્પાદન અને તેના વપરાશને નાર્હિમત કરવું.

### અર્થ :

આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર એટલે જીવનની ગુણવત્તામાં વૃદ્ધિ કરતા હોય તેવા ભૌતિક પર્યાવરણની જોગવાઈ. તેમાં, વ્યક્તિનો પોતાનો અંકુશ ન હોય તેવા પર્યાવરણીય જોખમોની સામેના રક્ષણનો સમાવેશ થાય છે. તેનાથી વર્તમાન અને ભાવિ પેઢીના પર્યાવરણને રક્ષણ આપવાની અને તેની સુધારણા કરવાની જરૂરિયાત જાણવા મળે છે. આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકારનો તમામ અધિકારોમાં એવો સૂચિતાર્થ છે કે તે અધિકાર માનવીને જીવનના દરેક પાસામાં મળતો હોય છે. પાણી, હવા, જમીન અને ધ્વનિના પ્રદૂષણની કોઈપણ માઠી અસર વગર સ્વાસ્થ્યપ્રદ જીવનશૈલી તરફ દોરી જતો આ અધિકાર છે. આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણમાં વૈશ્વિક અને સ્થાનિક પર્યાવરણીય પરિસ્થિતિઓનો સમાવેશ થાય છે. ઓઝોનક્ષય, વૈશ્વિક ઉષ્ણતામાન અને

ઝેરી કચરામાં થતો વધારો. પ્રદૂષિત ભૂગર્ભજળ પુરવઠા અથવા સ્થાનિક સ્તરે ઝેરી વાયુઓ ધરાવતી હવાને કારણે આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકારનું ઉલ્લંઘન થાય છે. તાજેતરમાં જ ગ્રાહકો માટેના સ્વાસ્થ્યપ્રદ પર્યાવરણની જાણકારીએ નિરંતર વિકાસ અને વૃદ્ધિ અનેકગણી રીતે થઈ હોવાને લીધે અનેકગણો વધારો થયો હોય તેવી પ્રાકૃતિક આપત્તિની ઘટનાઓ સુધી પ્રગતિ કરી છે. ગ્રાહકો હવે સલામત અને કુદરતી પર્યાવરણના અધિકારની માંગણી કરી રહ્યા છે.

- ◆ ગ્રાહકોને ભયજનક કે જોખમી ન હોય તેવા અને ગરીમાયુક્ત જીવન તેમજ સુખાકારીયુક્ત જીવનને સુનિશ્ચિત કરતાં હોય તેવા પર્યાવરણમાં જીવવાનો અને કામ કરવાનો અધિકાર છે.
- ◆ તેમને પર્યાવરણીય જોખમોની સામે અથવા હવા, પાણી, જમીન વગેરેના પ્રદુષણની માઠી અસરોની સામે રક્ષણ મળવું જોઈએ.

### સંકલ્પના :

- ◆ આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણીય સંરક્ષણ
- ◆ પર્યાવરણીય સાનુકૂળ પ્રોડક્ટ
- ◆ પુનઃપ્રક્રિયા કરેલી પ્રોડક્ટ
- ◆ કુદરતી આપત્તિ
- ◆ કચરા નિકાલ
- ◆ વસ્તીવધારો
- ◆ વૈશ્વિક ઉષ્ણતામાન
- ◆ ઓઝોનસ્તરનો ક્ષય
- ◆ ગ્રીન હાઉસ અસર

### સૂચિત પ્રવૃત્તિઓ :

- (૧) શિક્ષકે આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણની જરૂરિયાત અને પર્યાવરણની ગુણવત્તાને અસર કરતા પરિબળો પર ચર્ચા શરૂ કરવી.
- (૨) શિક્ષકે "લોકોની પ્રવૃત્તિઓ અને પર્યાવરણીય ગુણવત્તા" વચ્ચેની કડી વિશે વિદ્યાર્થીઓ સાથે ચર્ચા કરવી.
- (૩) પર્યાવરણ સાનુકૂળ પ્રવૃત્તિઓ નોંધવા માટે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું.
- (૪) પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ પ્રોડક્ટો અને ઇકો-માર્કની ચર્ચા કરવી.
- (૫) આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણ સુનિશ્ચિત કરવા માટે વ્યક્તિએ લેવાના પગલા વિશે ચર્ચા કરવી.
- (૬) "વિકાસકીય પ્રવૃત્તિઓ અને પર્યાવરણ પર તેની અસર" પર વક્તૃત્વનું આયોજન કરવું.
- (૭) પર્યાવરણની સુરક્ષા માટેની જરૂરિયાત પર એક પ્રદર્શન ગોઠવવું.

.....

## ગ્રાહકની જવાબદારીઓ

## એકમ-૧૪



### ધ્યેય :

ગ્રાહક આંદોલનને સંગીન બનાવવા માટે જવાબદાર ગ્રાહક બનવા માટેની અને જવાબદાર ગ્રાહક તરીકેના ગુણો કેળવવા માટેની જરૂરિયાત સમજવા માટે વિદ્યાર્થીઓને સક્ષમ બનાવવા.

### ઉદ્દેશો :

આ એકમનો ઉદ્દેશ, વિદ્યાર્થીઓને નીચેની બાબતોમાં સક્ષમ બનાવવાનો છે :-

- ◆ બજારમાં સાવધ અને જાગૃત બનવું.
- ◆ ચાલાકીયુક્ત અને ભ્રામક જાહેરખબરો ઓળખી કાઢવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ અથવા સેવાઓની ઉપયોગિતા અને તેની સાથે સંકળાયેલી ગેરંટી અને વોરંટીની ઝીણવટપૂર્વક ચકાસણી કરવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના સંબંધિત ગુણદોષની તુલનાને આધારે પસંદગી કરવી.
- ◆ નાણાનું પૂરેપુરું મૂલ્ય સુનિશ્ચિત કરવા માટે માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તામાં "કોઈ બાંધછોડ નહિ" એવું વલણ અપનાવવું.
- ◆ વેપાર અને ઉદ્યોગો દ્વારા થતા કોઈપણ પ્રકારના શોષણ અથવા ગ્રાહકોના કોઈપણ અધિકારોના ભંગની સામે અવાજ ઉઠાવીને વિરોધ નોંધાવવો.
- ◆ બગાડ થતો અટકાવવાના હેતુથી પર્યાવરણીય અવનતિ પ્રત્યે સંવેદનશીલ બનવું અને પ્રાકૃતિક સંસાધનોનું સંરક્ષણ/જતન સુનિશ્ચિત કરવું.
- ◆ ગ્રાહક આંદોલનને સંગીન બનાવવા માટે સાથ આપવા અને સાથે મળીને કામ કરવા તત્પર રહેવું.

માલ અને સેવાઓની ખરીદી પર પોતે ખર્ચેલા નાણા માટેનું મૂલ્ય સુનિશ્ચિત કરે અને પોતાના હકો અને જવાબદારીઓ વિશે અન્ય સાથી- ગ્રાહકોને માહિતગાર કરે તે જવાબદાર ગ્રાહક ગણાય.

જવાબદાર ગ્રાહકના પગલા અથવા પસંદગીઓથી અન્ય સાથી ગ્રાહકોના અધિકારો અને જવાબદારીઓને પ્રતિફળ અસર થતી નથી. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, જવાબદાર ગ્રાહકે ટૂંકાગાળાનો આનંદ અથવા લાભ મેળવવા માટે સ્વાર્થી રીતે વર્તવું ન જોઈએ.

ટૂંકમાં, ગ્રાહકોની જવાબદારીઓમાં નીચેના ઘટકોનો સમાવેશ થાય છે :-

- ◆ પોતાની વપરાશપ્રણાલીઓને અંકુશમાં રાખવા માટે વ્યક્તિની ક્ષમતા અને આવડતની ઓળખ.
- ◆ પર્યાવરણ-સાનુકૂળ જીવન-શૈલી એટલે કે "ગ્રીન કન્ઝ્યુમર લાઇફ સ્ટાઇલ" તરીકે ઓળખાતી જીવનશૈલી બનાવવી.
- ◆ પોતાના પગલા અને ખરીદી નિર્ણયો માટેની જવાબદારીની જાગૃતિ
- ◆ તાર્કિક વિચારો માટેની ક્ષમતા
- ◆ ઉદ્યોગો અને ધંધાની પ્રવૃત્તિઓ પર તકેદારી રાખવી.
- ◆ પ્રોડક્ટના ધોરણો અને ગુણવત્તાનો આગ્રહ રાખવો.

### ગ્રાહક નાગરિક :

ગ્રાહક એ નાગરિક છે. ગ્રાહક તરીકેની પ્રવૃત્તિઓ અને પારસ્પરિકતાઓનો વ્યાપ પોતાના ઘરથી શરૂ થઈને બજાર સુધી વિસ્તરેલો હોય છે. પરંતુ નાગરિક તરીકે, તેની પ્રવૃત્તિનું ક્ષેત્ર, તે પોતે અંગત વપરાશ માટે બજારમાંથી પોતાને ઘેર શું લઈ જઈ શકે છે તેટલા પૂરતું નહિ પરંતુ તે પોતાના સમાજ અને પર્યાવરણને બદલામાં શું આપી શકે છે તેને પણ આવરી લેવા માટે વિસ્તરતું હોય છે. આમાં માત્ર તેના પગલા કે કાર્યનો જ નહિ પરંતુ અમુક સ્થાપિત અથવા સ્વીકૃત રીતે કાર્ય ન કરવાના નિર્ણયનો પણ સમાવેશ થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, બજારની ચીજવસ્તુઓના ગ્રાહક તરીકે, તે કચરા નિકાલની અંશતઃ જવાબદારી લેતો હોય છે. પ્રાકૃતિક સંસાધનોના વપરાશદર તરીકે તે તેનું જતન કરવાની કાળજી ઓછી લે છે. નાગરિક તરીકે જવાબદારી ધારણ કરવા અને તદ્દનુસાર કામ કરવા માટેની ગ્રાહકની જવાબદારી છે.

ગ્રાહક જાગૃત અને સાવધ નાગરિક તરીકેની જવાબદારી ધારણ કરે ત્યારે જ સમાજ પ્રત્યેની ગ્રાહકની જવાબદારી પરિપૂર્ણ થતી હોય છે. પર્યાવરણ તદ્દન નાજુક હોય છે અને દરેક પેઢીએ તેનો કાળજીપૂર્વક ઉછેર કરવાનો હોય છે તે બાબત સંપૂર્ણપણે ખ્યાલમાં રાખીને જ ગ્રાહકે વર્તન કરવું જોઈએ. એવી જ રીતે, પ્રાકૃતિક સંસાધનો અને રાષ્ટ્રીય સંસાધનોની સાથે સંસાધનોનું સંવર્ધન પણ તેની મહત્વની જવાબદારી છે. આમ કરીને, ભાવિ પેઢીઓને લાભ આપી શકાય. વૈશ્વિક નાગરિક તરીકેની ગ્રાહકની જવાબદારીમાં માત્ર પર્યાવરણનું જતન કરવા માટે વિચાર કરવાનો અને તે માટે કામ કરવા પૂરતો જ નહિ પરંતુ પર્યાવરણને થયેલા નુકસાન વાળી આપવાનો પણ સમાવેશ થાય છે.

જવાબદાર ગ્રાહક એવી વ્યક્તિ છે જે, પસંદગી કરવાના પોતાના અધિકારના સૂચિતાર્થની પૂર્ણ જાગૃતિથી પોતાની વિવેકબુદ્ધિનો ઉપયોગ કરતો હોય અન્ય ગ્રાહકો પ્રત્યે તેમજ પોતાની ખરીદીના નિર્ણયો માટે પર્યાવરણ પ્રત્યે જવાબદાર હોય.

### જવાબદાર ગ્રાહક :

અસરકારક ગ્રાહક બનવા માટે અને પોતાના હિતોને વધુ સુરક્ષિત બનાવીને યોગ્ય પસંદગી કરવા માટે, ગ્રાહક જાણકાર અને સક્ષમ હોવજો જોઈએ. ગ્રાહકના હસ્તક્ષેપથી બજારને અસર થઈ શકે છે. તેથી, ગ્રાહકે જવાબદારીપૂર્વક વર્તવું જોઈએ. ગ્રાહકે –

- ◆ બજારમાં સજાગ બનવું જોઈએ અને ઉપલબ્ધ માલ અને સેવાઓ વિશે પૂછપરછ કરવી જોઈએ.
- ◆ તોલમાપના ખરાપણા વિશે હંમેશા ચકાસણી કરવી જોઈએ.
- ◆ ઉત્પાદનની તારીખ અને પ્રોડક્ટનો ઉપયોગ કરવાની મુદત પૂરતી થતી હોય તે તારીખ બાબતે જાગૃત રહેવું જોઈએ.
- ◆ લેબલમાં જણાવેલી કિંમત અને તત્વોનું ઝીણવટપૂર્વક અવલોકન કરવું જોઈએ.
- ◆ ISI, AGMARK, ECO-mark જેવા માનકચિહ્નો તપાસવા જોઈએ.
- ◆ ખરીદી કરતા પહેલા ગેરંટી અને વોરંટીની શરતો જોવી જોઈએ.
- ◆ બજારમાં/લેવડદેવડમાં નાણાંનું મૂલ્ય મેળવતી વખતે ગ્રાહક અધિકારોની ટીકા કરવાને બદલે તેને સમર્થન આપવું જોઈએ.
- ◆ પ્રશ્નો ક્યારે અને કેવા પૂછવા તે જાણવું જોઈએ.

### ગ્રાહક જવાબદારીઓ :

- ◆ જવાબદાર ગ્રાહકે ગ્રાહક સુરક્ષામાં સક્રિય ભાગ લેવો જોઈએ. "કન્ઝયુમર ઇન્ટરનેશનલ" જે ગ્રાહક સંગઠનોની વિશ્વ સ્તરીય સંસ્થા છે તેણે નીચે મુજબની ગ્રાહક જવાબદારીઓ નક્કી કરી છે :-

### મહત્વની જાગૃતિ :

- ◆ ઉપયોગમાં લેવાતા માલ અને સેવાઓ વિશે જાગૃત બનવું અને તે વિશે પ્રશ્નો પૂછવા.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ વિશે અતિશયોક્તિ ધરાવતા દાવાઓ કરીને ચાલાકીયુક્ત અને ભ્રામક વિજ્ઞાપનોના પ્રલોભનમાં આવવાને બદલે પ્રોડક્ટ અથવા સેવાઓની ઉપયોગિતા અને તેની સાથે સંકળાયેલી ગેરંટી અને વોરંટીની ઝીણવટપૂર્વક ચકાસણી કરવી.
- ◆ પ્રોડક્ટની અને તેની ખરીદી પછીની સેવાઓ ચકાસવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના સંબંધિત ગુણદોષની તુલનાને આધારે જો પસંદગી મળતી હોય તો તેવી રીતે પસંદગી કરવી.

- ◆ પોતે ચૂકવેલા નાણાંનું પૂરેપૂરું વળતર સુનિશ્ચિત કરવા માટે માલ અને સેવાઓની બાબતમાં "કોઇ જ બાંધછોડ નહિ" એવું વલણ અપનાવવું.

### પગલા લેવા માટે તૈયાર રહેવું :

- ◆ માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તાના સંબંધમાં વેપાર અથવા ધંધા દ્વારા થતા કોઇ પ્રકારના શોષણની વિરૂદ્ધ અને ગ્રાહક અધિકારોના કોઇપણ ભંગની વિરૂદ્ધ અવાજ ઉઠાવવા માટે ગ્રાહકે પોતાની વાજબી અને ન્યાયી માગણીઓનો અમલ કરાવવા માટેના પગલા લેવા માટે તૈયાર રહેવું જોઇએ.

### સામાજિક જવાબદારી :

પોતાના વપરાશની અન્ય નાગરિકો પર પડતી અસર વિશે, ખાસ કરીને, સ્થાનિક, રાષ્ટ્રીય અથવા આંતરરાષ્ટ્રીય પર્યાવરણમાં વંચિત જૂથોના સંબંધમાં કાળજી લેવી.

### પર્યાવરણીય જાગૃતિ :

બગાડ થતો અટકાવવાના હેતુથી પર્યાવરણીય અવનતિ અને પ્રદૂષણ પ્રત્યે સંવેદનશીલ બનવું અને પ્રાકૃતિક સંસાધનોનું સંરક્ષણ સુનિશ્ચિત કરવું.

### સંઘભાવના :

વિવિધ પ્રકારની ગ્રાહક સમસ્યાઓ પર નેટવર્કિંગ, અભિયાન અને સમર્થન કાર્યક્રમો મારફત ગ્રાહક આંદોલન અને ગ્રાહક સુરક્ષા સંગીન બનાવવા માટે સંગઠનોમાં જોડાઇને સાથે કામ કરવું;

### ગ્રાહક અધિકારો અને તેની સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

વિદ્યાર્થીવર્ગને જવાબદાર ગ્રાહકો બનાવવાનો મુખ્ય મુદ્દાલેખ છે. યુવા માનસમાં ગ્રાહક જવાબદારી સ્પષ્ટ બનાવવા માટે દરેક અધિકારોના સંદર્ભમાં ચર્ચા કરવામાં આવી છે.

ગ્રાહકો પોતાના હકો વાપરવાની અને શિકાર ન બનવાની જવાબદારી ધરાવે છે. સંલગ્ન ગ્રાહક જવાબદારીઓ ઉઠાવવામાં આવે તો જ આ અધિકારોનું મૂલ્ય રહે. વધુ સ્પષ્ટ રીતે કહીએ તો, પોતાના અધિકારો વાપરતી વખતે, ગ્રાહકોની જવાબદારીઓ ખુદ ગ્રાહકોની અપેક્ષા બનતી હોય છે.

દરેક અધિકારને ધ્યાનમાં રાખીને ચોકકસ જવાબદારીઓની નીચે મુજબ યાદી બનાવેલી છે:-

### સલામતીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

ગ્રાહકને પોતાના આરોગ્ય અથવા જીવન પ્રત્યે જોખમરૂપ હોય તેવી પ્રોડક્ટ, ઉત્પાદન, પ્રક્રિયાઓ અને સેવાઓની સામે સુરક્ષિત બનવાનો અધિકાર છે. આ અધિકાર વાપરવા માટે, ગ્રાહકની જવાબદારીઓ નીચે મુજબ છે :-

- ◆ વાજબી સાવચેતી અને કાળજીથી પ્રોડક્ટનો ઉપયોગ કરવો અને તેની ખામીઓની જાણ કરવી.
- ◆ પ્રોડક્ટનું લેબલ કાળજીપૂર્વક વાંચવું અને પ્રોડક્ટનો ઉપયોગ તેના હેતુ મુજબ કરવો.
- ◆ સૂચનાઓ વાંચીને તેને કાળજીપૂર્વક અનુસરવી.
- ◆ ચેતવણીને લગતા કોઈ લેબલ હોય તો તે વાંચવા.
- ◆ વેચનારને પ્રોડક્ટની સલામતી ખાસિયતો/ગુણધર્મો વિશે પ્રશ્નો પૂછવા.
- ◆ ખરીદી કરતા પહેલા સલામતીના લક્ષણો માટે વેપારીને પૂછપરછ કરીને ચકાસણી કરવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ વાપરતી વખતે સામાન્ય સાવચેતીઓ માટેની અંગત જવાબદારી ઉઠાવવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ સલામતી ધોરણો પરિપૂર્ણ ન કરતી હોય ત્યારે છૂટક વેપારીઓ, ઉત્પાદકો, ઉદ્યોગ અને સરકારની એજન્સીને જાણ કરવી.
- ◆ તમામ ગ્રાહકો માટે સલામતીની સુધારણા માટે પ્રયાસોને સમર્થન આપવું.

### માહિતીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

ગ્રાહકને માહિતીયુક્ત પસંદગી અથવા નિર્ણય કરવા માટે જરૂરી તમામ માહિતી પૂરી પાડવી જોઈએ. ગ્રાહકો શાણપણપૂર્વક અને જવાબદારીપૂર્વક વર્તી શકે તે હેતુથી તેમને પૂરતી માહિતી આપવી જોઈએ. તેમને વિજ્ઞાપન, લેબલ, પેકેજમાં સંકળાયેલી અથવા બીજી કોઈ રીતે ગેરમાર્ગે દોરતા અથવા અસ્પષ્ટ પ્રચારસાહિત્યથી પણ બચાવવા જોઈએ. ગ્રાહકોની એ જવાબદારી છે કે -

- ◆ ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને નકકર પસંદગીઓ કરવી.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ વિશે ચોકકસ માહિતી શોધી કાઢવી.
- ◆ વિજ્ઞાપનો અને પ્રોત્સાહન આપતા દાવાઓ વાંચવા.
- ◆ જ્યારે માહિતી ઉપલબ્ધ ન થાય અથવા સ્પષ્ટ ન હોય ત્યારે પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ વિશે વેચનારને પ્રશ્નો પૂછવા.
- ◆ તમામ ગ્રાહકોને ઉપયોગી માહિતી પૂરી પાડવા માટે ગંભીર પ્રયાસો કરતા દુકાનદારને/વેચનારને સહાય કરવી.

### પસંદગીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

ગ્રાહકને જુદી જુદી પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ સ્પર્ધાત્મક કિંમતે સુલભ બનવી જોઈએ. ગ્રાહકને વિકલ્પ મળવો જોઈએ. પોતાને નીચે દર્શાવ્યા મુજબના વિકલ્પો મળે તે જોવાની ગ્રાહકની ફરજ છે:

- ◆ શાણપણયુક્ત ખરીદી કરવાનો અધિકાર વાપરવો.
- ◆ અમુક પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ ખરીદવા માટે પોતાની વ્યક્તિગત પ્રેરણાઓ સમજવી.
- ◆ સમજાવટપૂર્વકની વેચાણ યુક્તિઓ ઓળખવી.
- ◆ કિંમત અને ગુણવત્તા બન્ને માટે પ્રોડક્ટની સરખામણી કરવી.
- ◆ નિર્ણયપ્રક્રિયામાં સ્વણંત્ર નિર્ણય વાપરવો.
- ◆ ટેવને કારણે ખરીદી કરવાનું ટાળો.
- ◆ કાળજીપૂર્વક પસંદગી કરો.
- ◆ ખરીદનારના મંતવ્ય મુજબ વાજબી અને નીચી કિંમતે સ્વીકારપાત્ર ગુણવત્તા ધરાવતી હોય તેવી શ્રેષ્ઠ પ્રોડક્ટ અથવા સેવા મેળવવાનો પ્રયત્ન કરવામાં તુલનાત્મક ખરીદીની પ્રથા અપનાવો.
- ◆ નિર્ણયપ્રક્રિયામાં સમય અને અન્ય સંસાધનોના ભોગને ધ્યાનમાં લો.
- ◆ પ્રોડક્ટ અને સેવાઓ સંતોષકારક થાય ત્યારે ખરીદવાનું શરૂ કરો.
- ◆ પસંદગીના પારિસ્થિતિક પરિણામો નક્કી કરો.
- ◆ વેચનાર સાથે લેવડદેવડ કરવામાં પ્રમાણિક બનો.
- ◆ ગ્રાહક અધિકારોને સમર્થન આપતા હોય તેવા વેપારીઓ પાસેથી ખરીદી કરો.

### સુનાવણીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

આર્થિક અને અન્ય નીતિઓના ઘડતર અને તેની અમલ બજાવણીમાં સંપૂર્ણ અને સહાનુભૂતિપૂર્ણ વિચારણા મેળવવાના હેતુથી ગ્રાહકોના હિતોને સમર્થન કરવાનો ગ્રાહકનો અધિકાર છે. તેમાં, પ્રોડક્ટ અને સેવાઓનું ઉત્પાદન અથવા સ્થાપના થાય તે પહેલા તેવી પ્રોડક્ટ અને સેવાઓના વિકાસમાં તેમજ સરકારી અને નીતિઓ ઘડતી બીજી સંસ્થાઓમાં રજૂઆતનો અધિકાર છે. ગ્રાહકે નક્કર સૂચનો આપવની જવાબદારી ઉઠાવવી જોઈએ. તેણે, -

- ◆ માહિતગાર બનવું જોઈએ અને તમામ પ્રકારના ગ્રાહકોને પ્રતિફળ અસર કરતા પ્રશ્નો વિશે અવાજ ઉઠાવવો જોઈએ.
- ◆ ગ્રાહક સમસ્યાઓ વિશે ઉકેલ શોધવા જોઈએ.
- ◆ બજારમાં આચરવામાં આવતી ખોટી પ્રથાઓ દુરસ્ત કરવી જોઈએ.
- ◆ અન્ય લોકોના ગ્રાહક અધિકારોને સમર્થન આપવામાં મદદ કરવી જોઈએ.
- ◆ ઉદ્યોગો અને સરકારની નિર્ણયપ્રક્રિયામાં અસરકારક રીતે સહભાગી બનવામાં ગ્રાહકોની ક્ષમતા વધારવાના પ્રયાસોમાં સહાય કરવી.



### નિવારણના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

માલ અથવા અસંતોષકારક સેવાઓ ખોટી રીતે રજૂ કરવા બદલ વળતર મેળવવા માટેનો ગ્રાહકનો અધિકાર છે. વેપારી અથવા ઉત્પાદકે છેતરપિંડી કરેલી હોય તેવા કિસ્સામાં નિવારણ મેળવવાની જવાબદારી ગ્રાહકની છે. ગ્રાહકે સમયસર પગલા ભરવા જોઈએ. વેપારી ગ્રાહકની વાત હળવાશથી લે તેવું ન થવા દેવું જોઈએ. જવાબદાર ગ્રાહકે, -

- ◆ નિવારણ મેળવવા માટે ક્યાં અને કઈ રીતે જવું તે જાણકારી મેળવી લેવી જોઈએ.
- ◆ તમામ ગ્રાહક અધિકારોને સમર્થન આપતા શીખવું જોઈએ.
- ◆ બજાર વિશે અને તેમાં ગ્રાહકની ભૂમિકા વિશે વધુ જાણકાર બનવું જોઈએ.
- ◆ ગ્રાહક હિતોને કઈ રીતે રક્ષણ અને સહાય આપવી તે શીખવું જોઈએ.
- ◆ શિક્ષિત ગ્રાહક બનવું જોઈએ.
- ◆ ગ્રાહક માહિતી અને શિક્ષણ તમામ ગ્રાહકોને સુલભ બને તેવા પ્રયાસોને સમર્થન આપવું જોઈએ.

### મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

ગ્રાહકને પોતાનું જીવન ટકાવવાની એટલે કે પૂરતા ખોરાક, કપડા, આશ્રય, આરોગ્યકાળજી, શિક્ષણ અને સ્વચ્છતા મેળવવા માટેની ખાતરી આપતા માલ અને સેવાઓનો અધિકાર છે. જ્યારે બીજી બાજુ, ગ્રાહકની એ જવાબદારી છે કે -

- ◆ ઉત્તમ જીવનની ખાતરી આપે તેવા માલ અને સેવાઓથી માહિતગાર રહેવું.
- ◆ ઉપલબ્ધ માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તા વિશે જ્ઞાન મેળવવું.
- ◆ વિવિધ પ્રકારના માલ અને સેવાઓની ઉપલબ્ધતા પર માહિતી એકત્રિત કરવી.
- ◆ ઝડપી, સુનિશ્ચિત અને જવાબદાર સેવાઓનો આગ્રહ રાખવો.
- ◆ યોગ્ય સ્વાસ્થ્યપ્રદ પરિસ્થિતિનો આગ્રહ રાખવો.

### આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ :

ગ્રાહકને જીવનની ગુણવત્તામાં વૃદ્ધિ કરે તેવા ભૌતિક પર્યાવરણનો અધિકાર છે. તેમાં, વ્યક્તિનો પોતાનો અંકુશ ન હોય તેવા પર્યાવરણીય જોખમોની સામેના રક્ષણનો સમાવેશ થાય છે. તેનાથી વર્તમાન અને ભાવિ પેઢીઓ માટેના પર્યાવરણનું રક્ષણ કરવાની અને સુધારણા કરવાની જરૂરિયાતની જાણકારી મળે છે. જવાબદાર ગ્રાહકે પોતાના કોઈ પગલાની માઠી અસર પર્યાવરણને ન થાય તે જોવું ગ્રાહકની જવાબદારી બને છે કે, -

- ◆ પર્યાવરણીય પ્રશ્નો વિશે માહિતગાર થવું.
- ◆ વૈકલ્પિક પ્રોડક્ટ/સેવાઓની પસંદગીની પર્યાવરણીય અસરો જાણવી.
- ◆ પર્યાવરણ પર પ્રોડક્ટની અસરો ચકાસવા માટે પ્રોડક્ટની ચકાસણી કરવી.

- ◆ વાજબી અને પર્યાવરણીય રીતે નકકર વપરાશ પસંદગીઓ કરવી.
- ◆ આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણીય નીતિઓ અમલમાં મૂકતા હોય તેવા વેપારીઓને સહાય કરવી.
- ◆ પર્યાવરણને હાનિકારક હોય તેવી ગ્રાહક પ્રોડક્ટોનો ઉપયોગ બંધ કરાવવાના અને પર્યાવરણ સાનુકૂળ માલની ઉપલબ્ધતા વધારવાના પ્રયાસો કરવા.

જવાબદાર ગ્રાહકે ગ્રાહક સુરક્ષામાં હકારાત્મક અને સમયસર પગલા લેવામાં પોતાની ભૂમિકા સમજવી જોઈએ. જવાબદાર ગ્રાહકે આલોચનાત્મક રીતે વિચારણા કરીને પોતાની પ્રવૃત્તિઓથી માહિતગાર બનીને પર્યાવરણીય હિતસંબંધથી કામ કરવું જોઈએ અને માનવજાતની સુખાકારી માટે સાથી ગ્રાહકોને સંગઠિત બનાવવાની જવાબદારી પોતાને ખભે ઉઠાવવી જોઈએ.

.....