વિષયવસ્તુ

૧. ગ્રાહકનો ઉદ્ભવ

૨. ગ્રાહક આંદોલનનો ઈતિહાસ

૩. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬નો પરિચય

૪. ગ્રાહક અધિકારો

૫. સલામતીનો અધિકાર

૬. માહિતીનો અધિકાર

૭. પસંદગીનો અધિકાર

૮. સુનાવણીનો અધિકાર

૯. ફરિયાદ નિવારણનો અધિકાર

૧૦. ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર

૧૧. મૂળભૂત જરૂરિયાતોનો અધિકાર

૧૨. આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર

૧૩. ગ્રાહક જવાબદારીઓ

૧૪. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ

૧૫. સેવાઓમાં ઊણપ અને ગ્રાહક સુરક્ષા

૧૬. ખોરાક ભેળસેળ

૧૭. ગેરંટી અને વોરંટી

૧૮. તોલમાપ

૧૯ વિજ્ઞાપન

૨૦. ગ્રાહક સંગઠન

A-1 SUPER MALL

ગ્રાહકનો ઉદ્ભવ

પ્રાગૈતિહાસિક યુગમાં માનવીની ખોરાક અને અન્ય જરૂરિયાતો કુદરત દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી હતી. સમયાંતરે, માનવીએ કુદરતમાંથી મળતી કાચી સામગ્રીમાંથી ખોરાક તૈયાર કરવાનું અને ચીજવસ્તુઓ બનાવવાનું શરૂ કર્યું. માનવી પોતાના માટે અને પોતાના નિકટના આશ્રિતોના વપરાશ માટે ઉત્પાદન કરતો. સમય વીતતાં, માનવીની જરૂરિયાતોમાં વધારો થતો રહ્યો. ધીમે ધીમે તેમને એવો ખ્યાલ આવ્યો કે પોતાને જરૂરી હોય તેવી તમામ વસ્તુઓ પોતાની જાતે બનાવવા માટે સક્ષમ નથી. આનાથી સમૂહજીવનનો અને વિનિમયપ્રથાનો આરંભ થયો.

ઔદ્યોગિક ક્રાંતિથી લોકોની જીવનશૈલીમાં અભૂતપૂર્વ પરિવર્તનો આવ્યા. વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીની ઝડપી પ્રગતિ અને ઉત્પાદનના પારિણામિક યાંત્રિકીકરણથી માલનું જથ્થાબંધ ઉત્પાદન શરૂ થયું. પરિણામે, ઉત્પાદન થયેલા માલના બજારની જરૂર પડી અને સાથોસાથ ઉત્પાદક અને ગ્રાહક વચ્ચે એક સ્પષ્ટ ભેદરેખા આંકવામાં આવી.

માલના ધોરણોનો અને માલના વેચાણો માટે તોલમાપના ધોરણોનો ઉદ્ભવ આ પ્રક્રિયામાં એક તાર્કિક પરિણામરૂપે હતો. માલની પસંદગી, આવશ્યક ચીજવસ્તુઓની ઉપલબ્ધતા અને નફો બનાવવા જેવા પ્રશ્નો તરત જ મહત્વના બન્યાં. ઔદ્યોગીકરણથી અનેક ચીજવસ્તુઓમાં ઉમેરો થયો. જેનાથી બજારના ચહેરામાં અને ગ્રાહક પર્યાવરણમાં સંપૂર્ણ પરિવર્તન આવ્યું.

બજારોમાં ગ્રાહકોને પોતાની પસંદગી મુજબનો વિશાળ વિવિધતા ધરાવતો માલ મળવા લાગ્યો. એ જ સમયે, ગ્રાહકો સ્પર્ધા કરતાં ઉત્પાદકો અને વિક્રેતાઓની વેચાણ ઉત્તેજનની દબાણ અને સમજાવટની તમામ પ્રકારની પદ્ધતિ હેઠળ આવ્યાં. આવી રીતે, જે પોતાના અંગત ઉપયોગ અથવા વપરાશ માટે બજારમાંથી વસ્તુ ખરીદતી અથવા સેવાઓ મેળવતી વ્યક્તિ તરીકે જેને વર્ણવી શકાય તે ગ્રાહકની સંકલ્પના અસ્તિત્વમાં આવી છે.

ગ્રાહકને માલ અને સેવાઓ ખરીદતી અને જાહેર ઉપયોગિતાઓનો ઉપયોગ કરતી તેમજ હવા અને પાણી જેવા કુદરતી સંસાધનોનો ઉપયોગ કરતી વ્યક્તિ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે.

- પોતાની અંગત જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે માલ અને સેવાઓ ખરીદે તેને ગ્રાહક કહેવાય.
- ઉત્પાદનના હેતુ માટે અથવા ફેરવેચાણ માટે માલ ખરીદે તે ખરીદકર્તાઓ ગ્રાહક નથી.

A consumer is defined as a person who buys goods and services and makes use of public utilities as well as natural resources like air and water.

ગ્રાહકો વિવિધ પ્રકારના માલ ખરીદે છે. ગ્રાહકો ચૂકવણી કરીને જે પ્રકારની સેવાઓ ભાડે રાખે તેમાં પરિવહન, સંચાર, બેન્કિંગ, વીમો, ગૃહનિર્માણ, તબીબી સારવાર, શિક્ષણ અને તાલીમ, વીજ અને પાણીપુરવઠા વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

ભારતીય ગ્રાહકની રૂપરેખા :

ગ્રાહકોને સમગ્ર દ્રષ્ટિએ નીચેના ધોરણોના આધારે વર્ગીકૃત કરી શકાય :-

૧) ઉંમર (બાળકો, તરૂણ, પુખ્ત અને વરિષ્ઠ નાગરિકો)

૨) જાતિ (પુરુષ, સ્ત્રી)

૩) સામાજિક-સાંસ્કૃતિક દરજ્જો (શિક્ષિત- અશિક્ષિત, રોજગારયુકત, બેકાર, કુશળ-બિનકુશળ, શહેરી-ગ્રામીણ વગેરે)

૪) આર્થિક દરજ્જો (સમૃદ્ધ, ગરીબ, મધ્યમવર્ગ)

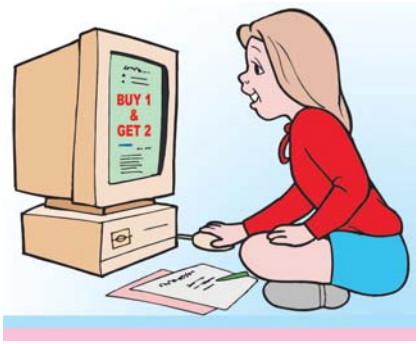
વિકાસશીલ દેશ તરીકે ભારતને વપરાશ પધ્ધતિ પર અસર કરતી આવક, ગરીબી, નિરક્ષરતા અને વસ્તીવિસ્ફોટ જેવી અનેક વિસંગતતા ધરાવતા દેશ તરીકે ચિત્રણ કરવામાં આવે છે.

- ભારતના ગ્રાહકો સામાજિક અને આર્થિક પાસા અને આર્થિક દરજ્જો તે બંનેના સંદર્ભમાં બંધારણની રીતે અત્યંત વિષમ પરિસ્થિતિમાં છે.
- ભારત નીચા જીવનધોરણની અને ફૂદકેને ભૂસકે વધતી જતી વસ્તીની સમસ્યાથી પીડાય છે. ભારતની આશરે ૫૦% રાષ્ટ્રીય આવક કૃષિ અને તેને સંલગ્ન પ્રવૃતિઓમાંથી મળે છે, જયારે ૭૦% થી પણ વધુ વસ્તી પોતાના જીવનનિર્વાહ માટે જમીન ઉપર નભે છે.
- ભારતીય ગ્રાહકો મોટેભાગે ગરીબ, નિરક્ષર, અજ્ઞાન, ઉદાસીન અને હંમેશા છેવાડાના સ્થાને હોય છે.
- વસ્તીનો એક નાનો એવો વર્ગ વિશ્વમાં સૌથી વધુ શિષ્ટ ગ્રાહકની સરખામણી કરતાં પોતાના દેખાવ અને વર્તનમાં ખૂબ આધુનિક જણાય છે. જયારે મોટાભાગની વસ્તી હજુ પણ પરંપરાવાદની ટોચ પર રહે છે. શહેરી વર્ગનો મધ્યમ અથવા ઉચ્ચ મધ્યમવર્ગ હોય તેવી ૧૦ ટકા વસ્તી બે છેડાની વચ્ચે જીવે છે.

ગ્રાહકની ખરીદી વર્તણૂક :

ગ્રાહકની ખરીદી વર્તણૂક પર ઘણા બધા પરિબળોની અસર હોય છે. આ પરિબળોમાં આવક, ઉંમર, જાતિ, કુટુંબનું કદ, સામાજિક દરજ્જો, નોકરીનો દરજ્જો, ગતિશીલતાની ટેવો, શૈક્ષણિક દરજ્જો અને પર્યાવરણનો સમાવેશ થાય છે.

કિંમત, ઉપલભ્યતા, ઋતુ, માંગ, પર્યાવરણ, ટેવ અને શોખ ખરીદીના નિર્ણયને પ્રતિકૂળ અસર કરતા હોય તેવા આંતરિક અને બાહ્ય પરિબળો છે.



આધુનિક યુગની બજારમાં વિજ્ઞાપન એ એક સૌથી મોટું પરિબળ છે. વેપારીઓ પોતાની પ્રોડકટ અને સેવાઓને સારા જીવન માટે સૌથી વધુ આવશ્યક ચીજ તરીકે દર્શાવીને પોતાની પ્રોડકટ અને સેવાઓનું વિજ્ઞાપન કરવામાં મોટી રકમનું નાણું ખર્ચે છે.

ગ્રાહક જરૂરિયાતોમાં જીવન, સવલત અને સુખસુવિધાઓની જરૂરિયાતોનો સમાવેશ થાય છે, જેનો કોઇ અંત નથી. પોતાના સંતોષ માટે ઉપલબ્ધ સંસાધનો કરતા જરૂરિયાતો હંમેશા વધુ હોય છે. તેથી અમુક પ્રકારની અર્થવ્યવસ્થા જરૂરી છે.

જે ગ્રાહક ખરીદી કરવા ધારેલો માલ ઓછામાં ઓછી કિંમતે બિનજરૂરી ખર્ચનો કોઇ વધારો કર્યા વગર મેળવે તે કાર્યક્ષમ ગ્રાહક છે.

ગ્રાહક ઘણી વખત પોતાને જે જરૂર છે તેની ધૂંધળી કલ્પના લઇને બજારમાં આવતો હોવાના કારણે ઘણો બધો બગાડ થાય છે. જરૂરિયાતનો અભ્યાસ ન કરવાથી, વિવિધ પ્રકારના માલની ઇચ્છનિયતાની આગોતરી સરખામણી ન કરવાથી ઘણી બધી અનિર્ણાયકતા ઊભી થાય છે. **અજ્ઞાન, બેદરકાર, અવિચારી, સ્વાર્થી ગ્રાહકો જ ઊંચી કિંમતના વેચાણ માટે જવાબદાર બને છે.**

An efficient consumer
is one who gets goods
desired
at minimum cost to
himself
and at the same time
does
not unnecessarily
increase
cost of providing them.

ગ્રાહકોએ આયોજન કરવામાં, માહિતીના વિવિધ સ્ત્રોતોનો અભ્યાસ કરવામાં, પોતાના માટે વિચાર કરવામાં, વિવિધ પારિવારિક જરૂરિયાતો પર ભાર મૂકવામાં અને આ કામમાં કૌશલ્યો લાવવા માટે નિર્ણાયક મૂલ્યોમાં સમય આપવો જોઇએ જરૂરિયાતો અને અભાવને અલગ રાખવા જોઇએ અને સંસાધનોના શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ માટે આ ખર્ચને સમતોલ રાખવું જોઇએ.

ગ્રાહકો નવા વિચારો અને વિકાસના સ્ત્રોતો સાથે સંપર્ક જાળવીને પોતાની પ્રવૃતિની સુધારણા કરવા માટે પોતે પહેલ કરીને માર્ગદર્શન મેળવી શકે તેઓ ખરીદીનો નિર્ણય કરતા પહેલા વિશ્વસનીય અને સક્ષમ સ્ત્રોત તરફથી માર્ગદર્શન મેળવી શકે.

ખરીદીના તબકકા :

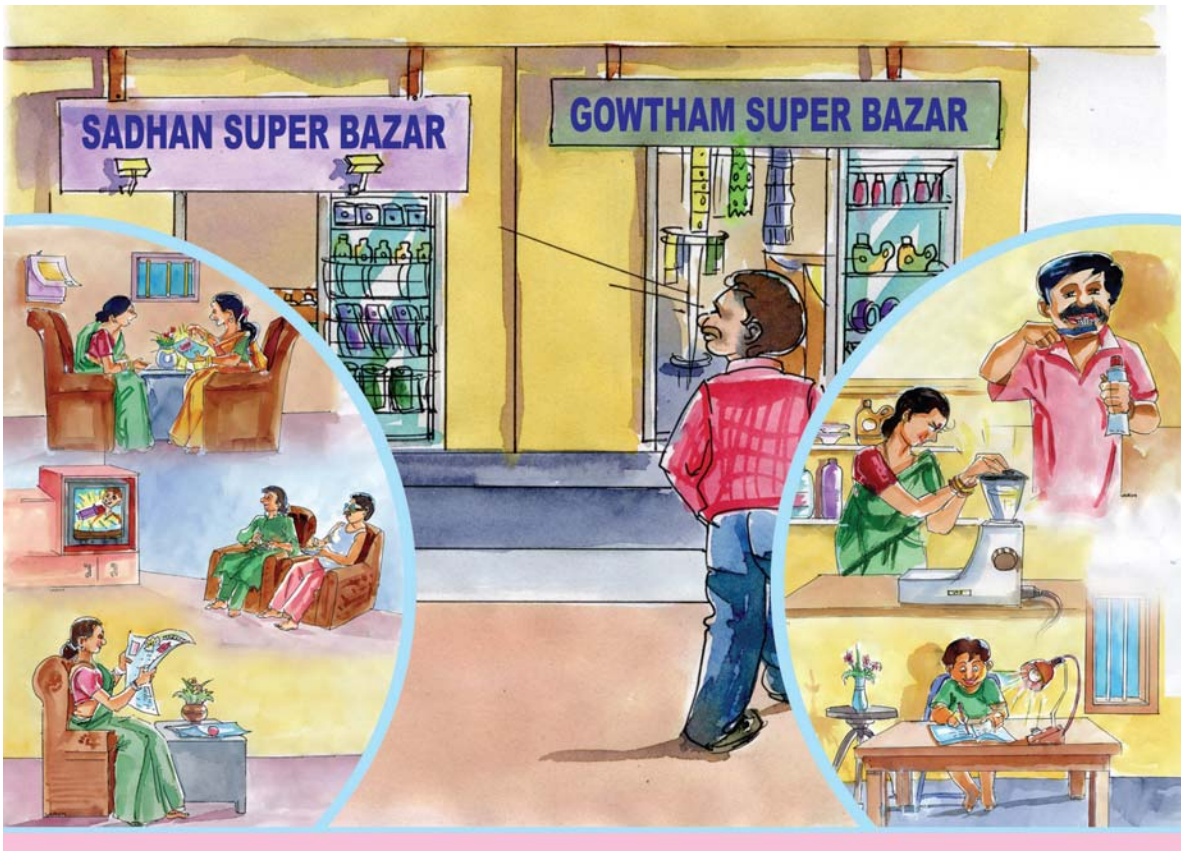
ખરીદીનો આધુનિક અભિગમ નીચેના ત્રણ અલગ અલગ પણ આંતરસંકલિત તબકકાઓથી બને છે:-

- ખરીદી પહેલાનો સમય
- બજાર પસંદગી
- અનુવર્તી જાણકારી **(follow up)**

ખરીદી પહેલાના સમયમાં પસંદગી કરવાનો એટલે કે સંતોષ માટે પહેલી કઇ ચીજ જરૂરી છે અને કઇ રીતે ખરીદવી તેનો સમાવેશ થાય છે. એક વખત માલ ખરીદવામાં આવે તે પછી તેમાંથી પૂરેપૂરો અપેક્ષિત લાભ ન મળે ત્યાં સુધી તે બિનઉપયોગી રહેતી હોય છે.

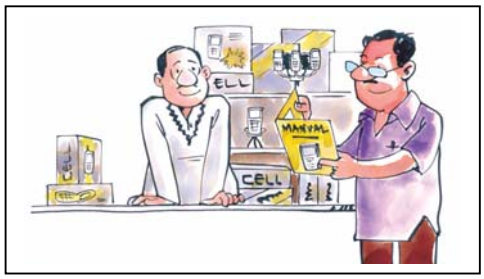
- ખરીદી પહેલાનો સમય – માહિતી એકત્ર કરવી
- બજાર પસંદગી – પ્રોડકટની સરખામણી કરવી અને પસંદગી કરવી
- અનુવર્તી જાણકારી – પ્રોડકટને ઉપયોગમાં મૂકવી અને તેની ઉપયોગિતામાં વધારો કરવો.

અનુવર્તી કાર્યવાહીમાં પૂરતું ધ્યાન આપવાથી પ્રોડકટની ઉપયોગિતા વધે છે. ભાવિ ખરીદીની સુધારણા માટેનો આધાર મળે છે.



જવાબદાર ગ્રાહક –

આવક અને વપરાશની સમતુલા જાળવે છે.



માર્ગદર્શિકા અને સૂચનોનો ઉપયોગ કરે છે.

સાચા દુકાનદારો/દુકાનોને આશ્રય આપે છે.

છેતરાય ત્યારે ફરિયાદ કરે છે.

શબ્દપ્રયોગો :

જરૂરિયાતોઃ

કંઇક ઉપયોગ કરવાની અથવા કોઇક વસ્તુ ધરાવવાની ઇચ્છાઓ. જીવનની આપણી મૂળભૂત જરૂરિયાતોમાંથી જરૂરિયાતનો ઉદ્ભવ થાય છે. જરૂરિયાતો આર્થિક પ્રયાસો દ્વારા સંતોષવાનો છેડો છે.

ઉપયોગિતા :

ચીજવસ્તુની સંતોષ આપતી ક્ષમતા ધરાવતી જરૂરિયાત.

વપરાશ :

માનવજરૂરિયાતનો સંતોષ.

માગ :

ઇચ્છાનું સમર્થન ધરાવતી આકાંક્ષા અને વસ્તુ માટે ચૂકવવાની ક્ષમતા.

સ્વાધ્યાય :

(૧) ગ્રાહક કોણ છે ?

(૨) ગ્રાહકની ખરીદી વર્તણૂક પર પ્રભાવ પાડતા પરિબળો દર્શાવો.

(૩) જવાબદાર ગ્રાહકના ગુણધર્મો જણાવો.

અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી, -

(૧) ખરીદીની સારી વર્તણૂક કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

(૨) ખરીદીનો નિર્ણય કરતા પહેલાં માહિતી એકત્ર કરવાની ટેવ પાડવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે

છે.

(૩) જવાબદાર ગ્રાહકના ગુણો વિકસાવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

ગ્રાહક આંદોલનનો ઈતિહાસ :

ગ્રાહકોને સંગઠિત કરીને ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓની સામે લડત આપવી તે કોઇ નવી ઘટના નથી. ૧૮મી સદીના મધ્યભાગમાં દ્રષ્ટિપાત કરતાં, ઇંગ્લેન્ડમાં ગ્રાહકોના એક વર્ગ કાપડ ઉદ્યોગ દ્વારા કરવામાં આવતાં મજૂરોના શોષણની સામે વિરોધ કરવા સંગઠિત થયો અને તેમણે આવી ખામીયુકત કંપનીએ ઉત્પાદન કરેલા કાપડ ખરીદવાના બહિષ્કારનું એલાન કર્યું

૧૯મી સદીના ઉતરાર્ધમાં, યુનાઇટેડ કિંગ્ડમ, અમેરિકા અને યુરોપમાં ગ્રાહકોએ વચેટિયાઓને અને નફાખોરીને નાથવા માટે ગ્રાહક મંડળો રચવાના છૂટાછવાયા પ્રયાસો કરેલા. ગ્રાહક મંડળો અનૌપચારિક ગ્રાહક સહકારી સંસ્થાઓ જેવી હતી જેમાં ઉત્પાદકો પાસેથી સીધો માલ ખરીદીને ગુણવત્તાની ખાતરી આપવા માટે, ભેળસેળ નિવારવા માટે અને વાજબી કિંમત સુનિશ્ચિત કરવા માટે તે માલ ગ્રાહકોને પૂરો પાડવામાં આવતો.

ગ્રાહકોની સુરક્ષાનો ધ્યેય ધરાવતા કાયદા માત્ર આધુનિક યુગ પૂરતા સીમિત નથી. ઇ.સ. પૂર્વે ૨૦૦માં ભારતમાં ખોરાક ભેળસેળની સામે કાયદા હતા. મનુના કાયદા (મનુસ્મૃતિ) જે કેટલીક સદીઓ પ્રાચીન છે તેમાં અપ્રામાણિક વેપારીને કરવાની શિક્ષાઓનો ઉલ્લેખ છે. ગ્રીકો પણ ખોરાકની ભેળસેળ પર પ્રતિબંધ મૂકતા કાયદા ધરાવતા હતા. પ્રાચીન ઇજિપ્તમાં માંસની હેરફેરના લગતા કાયદા હતા અને સરકારના ખાદ્ય નિરીક્ષકો દ્વારા નિરીક્ષણ કરવામાં આવતું હતું.

પ્રથમ ગ્રાહક કાયદો મેસેચ્યુએટ્સમાં સન ૧૭૮૪માં અધિનિયમિત કરવામાં આવ્યો અને ત્યારબાદ સન ૧૭૯૦માં તોલમાપને લગતો કાયદો અધિનિયમિત કરવામાં આવ્યો. યુનાઇટેડ કિંગ્ડમમાં વેપારચિહ્ન અધિનિયમ સન ૧૮૫૨માં પસાર કરવામાં આવ્યો અને સન ૧૮૭૮માં પ્રથમ વખત તોલમાપ અધિનિયમ પસાર કરવામાં આવ્યો.

જાણીતો માલવેચાણ અધિનિયમ સન ૧૮૯૩માં અમલમાં આવ્યો. ભેળસેળયુકત ખોરાક અને ખોટા તોલમાપની સામે કેટલાંક પ્રતિબંધો હજારો વર્ષ પુરાણા છે

જે જૂના કરાર **(Old testament),** હમુરાબીના કાયદામાં અને ભારતના પ્રાચીન કાયદઓમાં જોવા મળે છે.

યુરોપિયન ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદાઓ ૧૫મી અને ૧૬મી સદીમાં શરૂ થયા અને તે દમનના સિદ્ધાંતો પર આધારિત હતા. મધ્યયુગના મોટાભાગના સમયગાળા દરમિયાન કેથોલિક ચર્ચના નૈતિક નિયમોથી, વેપારી મહાજનોએ ઘડેલા પોતાના વિનિયમોથી અને વસ્તુઓને લગતી ગ્રાહકોની પોતાની જાણકારીથી કેટલેક અંશે ગ્રાહકોને સુરક્ષા મળતી.

ક્રમશઃ યુરોપિયન રાજાઓએ વેપારના વિકાસને પ્રોત્સાહન આપવાના પોતાના પ્રયાસોમાં વેચનારની તરફેણ કરતા હોય તેવા કાનૂની સિદ્ધાંતોમાં થતાં ફેરફાર પર દેખરેખ રાખતા થયાં. બજારનો મુખ્ય નિયમ એવો બન્યો કે **"ખરીદનાર સાવધ રહે"**.

"ખરીદનાર સાવધ રહે"ના સિદ્ધાંત આધારિત માગ અને પુરવઠાની પરિસ્થિતિઓ અને ગ્રાહકો વતી સરકારનો મર્યાદિત હસ્તક્ષેપ ૧૯મી સદીના છેલ્લા દાયકાઓમાં ઝડપથી બદલાતો રહ્યો.

કન્ઝ્યુમર ઇન્ટરનેશનલનો ઉદ્ભવ :

ગ્રાહક આંદોલન આકાર લેવાની સાથે, યુનાઇટેડ કિંગ્ડમ, યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સ ઓફ અમેરિકા, નેધરલેન્ડ, ઓસ્ટ્રેલિયા, ફ્રાન્સ, આઇસલેન્ડ, ઓસ્ટ્રિયા, ઇઝરાયેલ, સ્વિડન, ન્યુઝીલેન્ડ, ડેન્માર્ક અને નોર્વેના ગ્રાહકજૂથો **"ઇન્ટરનેશનલ ઓફ કન્ઝ્યુમર્સ યુનિયન (IOCU)** નામની એક નવી **"સામાજિક સંસ્થા"** રચવા માટે હેગ ખાતે એપ્રિલ, ૧૯૬૦માં એકત્રિત થયા.

ભારતમાં ગ્રાહક આંદોલન :

ભારતનો ઇતિહાસ જોતા જણાય છે કે બ્રિટીશ શાસન પહેલા જુદા જુદા રાજાઓ અને રાજવંશોના શાસન અને જુદા જુદા સમયગાળામાં અપ્રમાણિક, અન્યાયી વેપારીઓ અને ઉત્પાદકોને દંડ કરવાના કાયદાઓ હતા. મનુના **કાયદા અને ચાણકયના "અર્થશાસ્ત્ર"માં પણ અપ્રમાણિક વેપારીઓને આપવાના દંડનો ઉલ્લેખ છે.**

બ્રિટીશરોએ ઇંગ્લેન્ડમાં અનુસરવામાં આવતા માલ વેચાણ અધિનિયમ, તોલમાપ અધિનિયમ જેવા કાયદા ભારતમાં દાખલ કર્યા.

દક્ષિણ ભારતમાં શ્રી તંગુતૂરી પ્રકાસમ, સી.રાજગોપાલાચારી જેવા અગ્રણી સ્વાતંત્ર્ય સેનાનીઓએ સન ૧૯૪૦માં ગ્રાહકોને વચેટીયાઓથી બચાવવા માટેના કેટલાક સંગઠિત પ્રયાસો કરેલા. તેમણે છૂટક ધોરણે આવશ્યક ચીજવસ્તુઓ માટે ગ્રાહક સહકારી ભંડાર શરૂ કરેલા, જે સમયાંતરે ગ્રાહક આંદોલનના રૂપમાં પરિણમીને ગ્રાહક સહકારી સંસ્થાની સંકલ્પના બનીને દેશના વિવધ ભાગોમાં પ્રસર્યું.

આજે, મુંબઇમાં મુંબઇ ગ્રાહક પંચાયત જેવા ગ્રાહક સંગઠનો આવશ્યક ચીજવસ્તુઓ મેળવીને પોતાના ગ્રાહકો સુધી વિતરણનું આયોજન કરીને ગ્રાહક કલ્યાણનો આ અભિગમ ચલાવી રહ્યા છે.

ભારતમાં ગ્રાહક આંદોલનનો ઉદ્ભવ અને વિકાસ અન્ય જગાએ થયેલા ગ્રાહક આંદોલનો જેવી ઘણી બધી સામ્યતાઓ ધરાવે છે. – જેને મહત્વના ત્રણ તબકકાઓમાં વહેંચી શકાય. પ્રથમ તબકકો સન ૧૯૬૦નો - જેમાં માલ અને સેવાઓની ગુણાવત્તા પર ગ્રાહકોને માહિતી આપવા અને શિક્ષણ આપવા અને રોજિંદા વપરાશના માલ પર સબળ પરિક્ષણો હાથ ધરવા માટે **"કન્ઝયુમર ગાઇડન્સ સોસાયટી ઓફ ઇન્ડિયા(મુંબઇ)"** જેવા સંગઠનો રચવામાં આવ્યા. બીજો તબકકો એટલે કે સન ૧૯૭૦-૧૯૮૦ના સમયગાળા દરમિયાન, આવશ્યક ચીજવસ્તુઓના પુરવઠામાં અછત અને જાહેર વિતરણ પધ્ધતિ **(PDS)**ની અસંતોષકારક કામગીરીને લીધે આંદોલનકર્તાઓને સંબંધિત સત્તાધિકારીઓ સમક્ષ પોતાની ફરિયાદોને વાચા આપવા માટે પોતપોતાના નગરો અને સ્થાનિક વિસ્તારોમાં ગ્રાહક સંગઠનો રચવાની ફરજ પડી.

૧૯૭૦થી ૧૯૮૦ વચ્ચે રચાયેલા અમુક સંગઠનો મુખ્યત્વે ફૂગાવો, ખોરાક ભેળસેળ અને જાહેર વિતરણ પધ્ધતિ સાથે સંબંધ ધરાવતા હતા. આ સંગઠનો બજારમાં સ્વૈચ્છિક તકેદારી જૂથો તરીકે અત્યંત ઉપયોગી પુરવાર થયા.

૧૯૮૧થી ૧૯૯૦ સુધીના સમયગાળાને આવરી લેતો વિકાસનો ત્રીજો તબકકો ભારતમાં ખાસ કરીને, ૧૯૮૬ પછી ગ્રાહક આંદોલનના વિસ્તરણ અને એકત્રીકરણનો અર્થ સૂચવે છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ના **અધિનિયમનથી** દેશમાં ગ્રાહક સંગઠનોની સંખ્યામાં અનેકગણો ઉછાળો આવ્યો.

ગ્રાહક આંદોલનમાં મદદ કરતા હોય તેવા રસપ્રદ વિકાસમાં ગ્રાહક શિક્ષણના ક્ષેત્રમાં થતા વિકાસ અને ધંધાકીય સંગઠનોમાં થયેલા અમુક નોંધપાત્ર પરિવર્તનનો સમાવેશ થાય છે.

શાળાઓ/કોલેજોમાં વિવિધ તબકકે ચાલતા અભ્યાસક્રમોમાં ગ્રાહક સુરક્ષાનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. યુનિવર્સિટીઓમાં પૂર્ણ વિકસિત અભ્યાસક્રમો દાખલ કરવામાં આવ્યા છે.

અનેક મોટા સંગઠનોએ સંસ્થા-અંતર્ગત ફરિયાદ નિવારણ વ્યવસ્થાતંત્ર સ્થાપ્યા છે. ભારતીય જીવન વીમા નિગમ **(LIC)**એ પ્રાદેશિક અને કેન્દ્રિય સ્તરે દાવા સમીક્ષા સમિતિઓ સ્થાપેલી છે. પેટ્રોલીયમ કંપનીઓ, રેલવે, બેન્ક, આવકવેરા વિભાગે પણ જાહેર ફરિયાદ સેલ સ્થાપવાનું શરૂ કર્યું છે.

રાષ્ટ્રીયકૃત બેન્કો દર મહિનાની ૧૫મી તારીખે **"ગ્રાહક ફરિયાદ દિન"** તરીકે મનાવે છે, જેમાં, નારાજ ગ્રાહકો પોતાના નગર, શહેર કે ઝોનમાં આવેલી કચેરીઓના ઉચ્ચ કક્ષાના મેનેજરોને મળી શકે છે. વીસથી પણ વધુ વર્ષથી કામ કરતી **"કાઉન્સિલ ઓફ ફેર બિઝનેસ પ્રેકટિસ"** વ્યકિતગત ગ્રાહક અથવા ગ્રાહકોના જૂથો તરફથી ધંધા સામેની ફરિયાદોના નિવારણમાં મદદ કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે.

"ફેડરેશન ઓફ ઇન્ડિયન ચેમ્બર્સ ઓફ કોમર્સ એન્ડ ઇન્ડસ્ટ્રીઝ (FICCI)" એ **"કન્ઝયુમર બિઝનેસ ફોરમ"**ની સ્થાપના કરી છે જે દર ત્રણ મહિને એકવખત દેશના જુદા જુદા શહેરોમાં બેઠક યોજે છે. દેશમાંના તમામ સ્ટોક એકસચેન્જોએ પણ દેશમાં આવા સેલ સ્થાપ્યા છે. **"એડવર્ટાઇઝમેન્ટ સ્ટાન્ડર્ડ કાઉન્સિલ ઓફ ઈન્ડિયા (ASCI) "કન્ફેડરેશન ઓફ ઇન્ડિયન ઇન્ડસ્ટ્રીઝ (CII)"** અને ફિકકીએ પોતાની પ્રવૃતિઓ માટેની આચાર સંહિતા તૈયાર કરી છે.

સરકારની નીતિકર્તા સંસ્થાઓ (નિયંત્રક તંત્ર)માં અને મોટા ધંધાકીય સંગઠનોની સલાહકાર/કલ્યાણ સમિતિઓમાં અને સેવા ક્ષેત્રોમાં ગ્રાહક સંગઠનોને આપેલું પ્રતિનિધિત્વ એ ગ્રાહક આંદોલનની બીજી એક મહત્વની સિદ્ધિ છે.

કેન્દ્રીય અને રાજય ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદો, ખોરાક ભેળસેળ નિવારણ, અન્ન અને નાગરિક પુરવઠાના નિયંત્રક વિભાગો, ભારતીય માનક બ્યુરો **(BIS)** અને **AGMARK** જેવી ગુણવત્તા નિયંત્રણ સંસ્થાઓ, પેટ્રોલિયમ પેદાશ વિભાગ, રેલવે કર્મચારી કલ્યાણ સમિતિ, ઇન્ડિયન એરલાઇન

સેવાઓ માટે પ્રાદેશિક સલાહકાર સમિતિઓ – આ તમામ સંસ્થાઓમાં વિવિધ ગ્રાહક સંગઠનોના પ્રતિનિધિઓ છે.

આવી રીતે, ગ્રાહકોને નીતિ-ઘડતર પાસાઓમાં સહભાગી બનવાની તક મળે છે. એવું જણાય છે કે એવો સમય આવી ગયો છે કે ભારતમાં ગ્રાહકને **"બજારના રાજા"** બનવાની આશા રાખી શકશે.

સ્વાધ્યાય :

(૧) પ્રથમ કાયદો વર્ષ .....માં અધિનિયમિત કરવામાં આવ્યો હતો.

(૨) માલ વેચાણ અધિનિયમ સન .....માં અમલમાં આવ્યો છે.

(૩) CI નું પૂરૂ નામ આપો : .....

(૪) ભારતમાં ગ્રાહક આંદોલન વિશે સમજાવો.

અધ્યયન પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી, -

૧. ગેરવાજબી વેપાર પ્રથાઓની સામે લડત આપવા માટે સંગઠિત થવાની જરૂરિયાત સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૨. વેપારીઓને ચાલાકીભરી યુક્તિઓ સામે અવાજ ઉઠાવવાની ટેવ કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૩. ગ્રાહક આંદોલનની પહેલ કરવાની, તેનું નેતૃત્વ લેવાની અને સંગઠિત બનવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬નો પરિચય

ખાતરી મેળવવાનો અધિકાર.

ગ્રાહક સુરક્ષા નીતિના વિકાસના ઇતિહાસમાં ૧૫મી માર્ચ, ૧૯૬૨ ઐતિહાસિક દિવસ ગણાય. યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સ ઓફ અમેરિકાના તત્કાલીન પ્રમુખ જહોન એફ કેનેડીએ યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સ કોંગ્રેસમાં ઘોષણા 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.

સંઘરાષ્ટ્ર સંગઠન **(UNO)**ના ઠરાવ અનુસાર, આપણી સંસદે સન ૧૯૮૬માં ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ પસાર કર્યો. તે અધિનિયમને ૨૪/૧૨/૧૯૮૬ના રોજ ભારતના રાષ્ટ્રપતિની બહાલી મળી. આ જ કારણસર દર વર્ષે ૨૪મી ડિસેમ્બરને **"રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક દિન"** તરીકે ઉજવવામાં આવે છે.

આ અધિનિયમ ગ્રાહકોના નીચે જણાવ્યા મુજબના અધિકારોને ઉત્તેજન અને સુરક્ષા આપવા માટે છેઃ-

(૧) જાનમાલને જોખમી હોય તેવા માલના ખરીદવેચાણની સામે સુરક્ષા મેળવવાનો અધિકાર.

(૨) ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ઓની સામે ગ્રાહકને રક્ષણ આપવા માટે માલના જથ્થા, ક્ષમતા, શુદ્ધતા, ધોરણ અને કિંમત વિશે માહિતગાર થવાનો અધિકાર.

(૩) વિવિધ પ્રકારનો માલ સ્પર્ધાત્મક કિંમતોએ સરળતાથી મળી શકે તે માટે શકય હોય ત્યાં

(૪) ગ્રાહકોના હિતોની યોગ્ય ફોરમમાં પૂરતી વિચારણા કરવામાં આવશે એવી ખાતરી મેળવવાનો અને સુનાવણીનો અધિકાર.

(૫) ગેરવાજબી વેપારપ્રથા સામે તકરારનું નિવારણ મેળવવાનો અથવા ગ્રાહકોના નિર્દયી શોષણ વિરૂધ્ધ નિવારણ મેળવવાનો અધિકાર; અને

(૬) ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર.

ત્રિ-સ્તરીય અર્ધ-ન્યાયિક તંત્રઃ

ગ્રાહક તકરારોના અસરકારક નિકાલ માટે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી ત્રિ-સ્તરીય અર્ધન્યાયિક તંત્રની જોગવાઇ કરી છે, જેમાં દરેક જિલ્લા માટે જિલ્લા ફોરમ, દરેક રાજય માટે રાજય આયોગ અને સર્વોચ્ય સ્તરે રાષ્ટ્રીય આયોગનો સમાવેશ થાય છે. તેમની પ્રાદેશિક હકૂમત અને નાણાકીય મર્યાદાને સ્પષ્ટ રીતે અલગ રાખવામાં આવી છે.

નિવૃત્ત જિલ્લા ન્યાયાધીશ જિલ્લા ફોરમના પ્રમુખપદે હોય છે. રાજય આયોગના અધ્યક્ષપદે હાઇકોર્ટના નિવૃત્ત ન્યાયાધીશ હોય છે. રાષ્ટ્રીય આયોગના અધ્યક્ષપદે સુપ્રીમકોર્ટના નિવૃત્ત ન્યાયાધીશ હોય છે. જિલ્લા ફોરમ રૂ.૨૦ લાખ સુધીના દાવામાં, જયારે રાજય આયોગ રૂ.૧ કરોડ સુધીના દાવામાં અને રાષ્ટ્રીય આયોગ રૂ.૧ કરોડથી ઉપરના દાવામાં ન્યાયનિર્ણય કરી શકે છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદોઃ

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી રાષ્ટ્રીય, રાજય અને જિલ્લા સ્તરે ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદોની સ્થાપના માટેની જોગવાઇ 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.

ગ્રાહક અધિકારો/ગ્રાહક સુરક્ષા સાથે સંબંધ ધરાવતા, રસ ધરાવતા વિવિધ જૂથોનું પ્રતિનિધિત્વ કરતા સંગઠનો અને નાગરિકો આ પરિષદોના સભ્યો તરીકે હોય છે. આ પરિષદોનો મુખ્ય ઉદ્દેશ સમાજમાં ગ્રાહકોના અધિકારો અને હિતોને ઉત્તેજન અને રક્ષણ આપવાનો છે.

અધિનિયમની મહત્વની ખાસિયતોઃ

- આ અધિનિયમ કેન્દ્ર સરકારે ચોકકસ રીતે મુકિત ન આપેલી હોય તો તેવા તમામ માલ અને સેવાઓને લાગુ પડે છે.
- તે તમામ ક્ષેત્રો એટલે કે ખાનગી, જાહેર અને સહકારી ક્ષેત્રોને આવરી લે છે.
- અધિનિયમની જોગવાઇઓ ક્ષતિપૂરક પ્રકારની છે.
- તેનાથી ન્યાયનિર્ણયવિષયક કાર્યવાહીની જોગવાઇ કરી છે જે સરળ, ઝડપી અને બિનખર્ચાળ છે.
- તેનાથી રાષ્ટ્રીય, રાજય અને જિલ્લા સ્રે ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદો માટેની પણ જોગવાઇઓ કરી છે.
- આ અધિનિયમની જોગવાઇઓ તત્સમયે અમલમાં હોય તેવા બીજા કોઇપણ કાયદાની જોગવાઇઓ ઉપરાંતની છે અને આ અધિનિયમની જોગવાઇઓનું બીજા કોઇપણ કાયદાની જોગવાઇઓના કારણે અલ્પીકરણ થશે નહિ.

માલ અને સેવાઓઃ

માલ એટલે વાદયોગ્ય દાવા અને નાણા સિવાયની કોઇપણ પ્રકારની જંગમ મિલકત, સેવા એટલે બેન્કિંગ, નાણા, વીમા, પરિવહન, પ્રક્રિયા, વીજળી અથવા અન્ય ઊર્જાનો પુરવઠો, આવાસ અથવા ભોજન, ગૃહનિર્માણ અને બાંધકામ, મનોરંજન, આનંદપ્રમોદ, સમાચાર અથવા અન્ય માહિતી પૂરી પાડવાને લગતી સવલતોની જોગવાઇ સહિત દરેક વિગતવર્ણનની સેવાનો સમાવેશ થાય છે અને તેમાં ડોકટરો, નર્સો, નર્સિંગ હોમ અને વકીલોની સેવાઓને પણ આવરી લેવામાં આવી છે.

ગ્રાહક ફરિયાદ નીચેની વ્યકિતઓ દ્વારા થઇ શકે :-

- **ગ્રાહક**
- **એક ગ્રાહક અથવા સમાન હિત ધરાવતા હોય તેવા કિસ્સામાં એકથી વધુ ગ્રાહકો.**
- **કોઇપણ સ્વૈચ્છિક સંગઠન.**
- **કેન્દ્ર સરકાર.**
- **રાજય સરકાર અથવા સંઘરાજય ક્ષેત્રનું વહીવટી તંત્ર.**

ફરિયાદમાં એવું નિવેદન હોવું જોઇએ કે -

- કોઇ વેપારીએ અપનાવેલી કોઇ ગેરવાજબી પ્રથાના પરિણામે વ્યકિતને કોઇ ખોટ અથવા નુકસાન વેઠવું પડયું 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 હેઠળ નકકી 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 માહિતીઃ

(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 સમર્થનમાં કોઇ દસ્તાવેજો હોય તો તે.

(ચ) ફરિયાદી માગતો હોય તે દાદ.

(છ) ફરિયાદીએ પોતાની ફરિયાદની નકલ -

- ફોરમ
- પ્રમુખ
- પુરૂષ 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 કોઇ રજિસ્ટર્ડ ગ્રાહક સંગઠન વતી ફરિયાદ નોંધાવવા ઇચ્છતો હોય તો તે મતલબનો અધિકૃતિપત્ર જોડવાનો રહેશે.

ગ્રાહકને મળવાપાત્ર દાદઃ

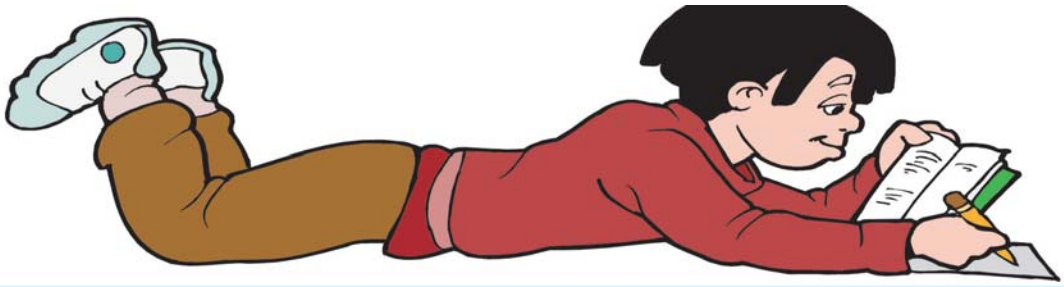
અધિનિયમ હેઠળ ગ્રાહકને મળવાપાત્ર દાદ નીચે મુજબ છે :-

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

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

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

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



સ્વાધ્યાય :

૧. ફરિયાદ કોણ કરી શકે ?

૨. ફરિયાદ કયાં દાખલ કરવી ?

૩. ફરિયાદમાં હોવી જોઇએ તે વિગતો જણાવો.

નીચેના જોડકાં જોડો :

ભાગ-કમાં નોંધેલા અર્ધન્યાયિકતંત્રને **ભાગ-ખ** હેઠળ નોંધેલા તેના પ્રમુખ સાથે જોડો.

ભાગ-ક		**ભાગ-ખ**
જિલ્લા ફોરમ	( )	ક. નિવૃત્ત હાઇકોર્ટ ન્યાયાધીશ
રાજય આયોગ	( )	ખ. નિવૃત્ત સુપ્રીમકોર્ટ ન્યાયાધીશ
રાષ્ટ્રીય આયોગ	( )	ગ. નિવૃત્ત જિલ્લા ન્યાયાધીશ

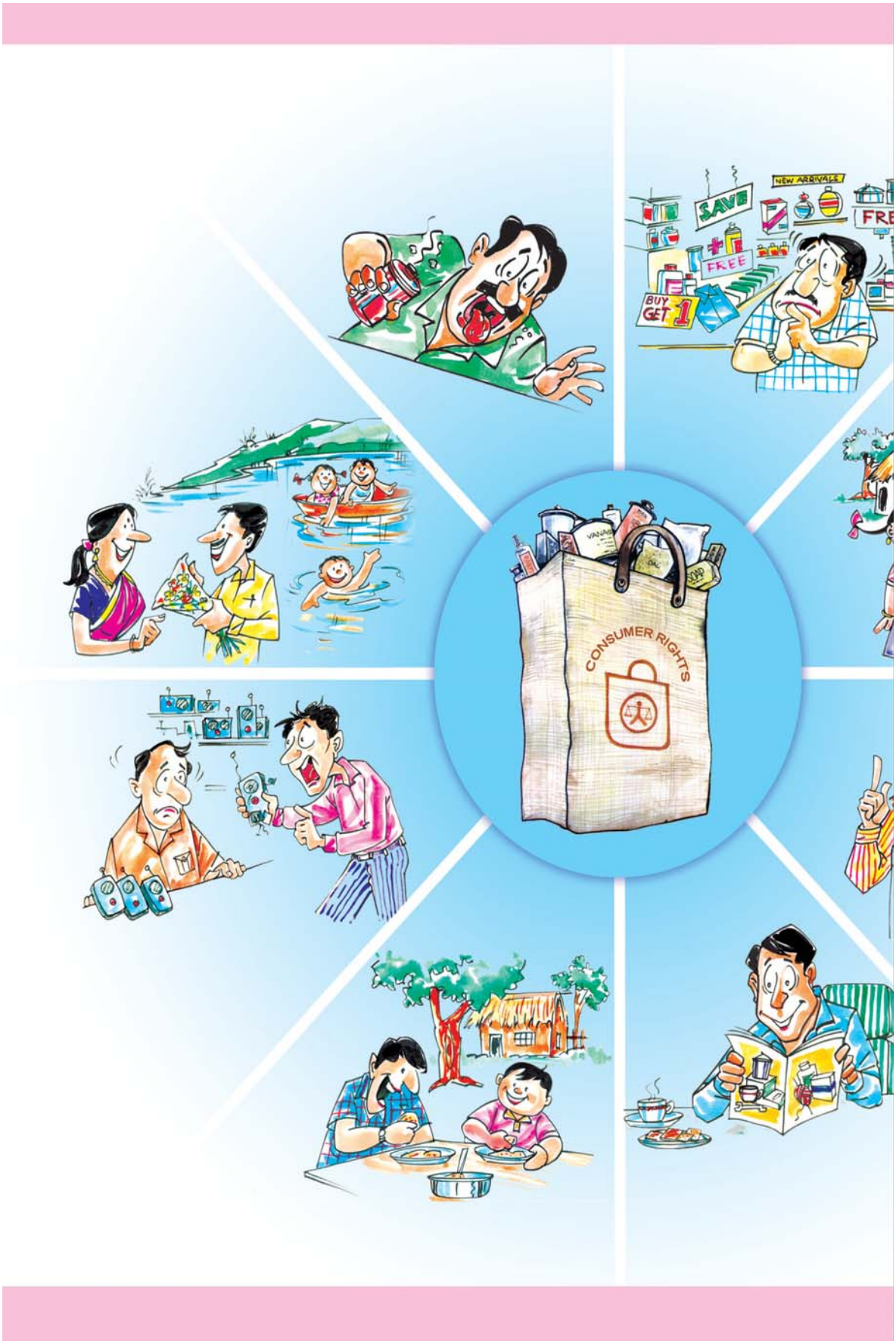
અધ્યયનના પરિણામો :

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી, -

(૧) ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમના અમલીકરણમાં તેમની ભૂમિકાનું મહત્વ સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

(૨) અધિનિયમ હેઠળ કરેલી જોગવાઇઓનું મહત્વ સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

::::::::::::::::::::::::::::::::::


SAVE
NEW ARRIVALS
FREE
BUY GET 1
CONSUMER RIGHTS

ગ્રાહક અધિકારો

ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ અને છેતરામણી વેપારપ્રણાલીઓથી થતું ગ્રાહક શોષણ એ કોઇ નવી ઘટના નથી. ગ્રાહકને માલ અને સેવાઓ પૂરી પાડવામાં રોકાયેલા વેપારીઓ અને વિવિધ સંગઠનો સાથે રોજબરોજના પોતાના વ્યવહારોના વિશાળ પ્રમાણમાં સમસ્યાઓ સહન કરવી પડતી હોય છે. કેટલાય સમયથી વેપારીઓ અને ઉત્પાદકો ગુણવત્તા, કિંમત અને ઉપલભ્યતાના સંબંધમાં ગ્રાહકોના હિતોને અવગણતા રહયા છે.

ભારતીય ગ્રાહકો પરંપરાગત અને સાંસ્કૃતિક રીતે સમન્વિત એવી ચિરસ્થાયી જીવનશૈલીઓ ધરાવવાની વિશિષ્ટ પરિસ્થિતિમાં છે. તેમને વિજ્ઞાપન, પેકેજિંગ, ગેરમાર્ગે દોરતા લેબલીંગ વગેરે જેવા બજાર હિતોના ચાલાકીયુકત અને છેતરપિંડીયુકત ટેકનોલોજીસભર પ્રયાસોના આક્રમણથી બચાવવા જરૂરી છે.

ભારતમાં, સરકારે, અછત, ગેરવાજબી કિંમતો, ભેળસેળ અને એવી બીજી પ્રથાઓને નાથવા માટે જુદા જુદા ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદાઓ પસાર કર્યા છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬નું અધિનિયમન ગ્રાહક કાનૂનમાં એક મહત્વનું સીમાચિહ્ન હતું.

પ્રથમ વખત ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ગ્રાહક અધિકારોને કાનૂની અધિકારો તરીકે વર્ણવે છે.

ગ્રાહક અધિકારો એવા અધિકારો છે કે જેની જોગવાઇ ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે અને યોગ્ય કિંમતે વાજબી ગુણવત્તાનો માલ અને સેવાઓ તેમને મળે તેવું સુનિશ્ચિત કરવા માટે કાયદાથી કરવામાં આવે છે. કાનૂની સંદર્ભમાં, અધીકારોની જોગવાઇથી ગ્રાહક હિતોની સુરક્ષાનો એવો પણ અર્થ થાય કે વેચનાર, ઉત્પાદકો અને સર્વિસ પ્રોવાઇડરો પર કેટલીક ફરજો નાખવી. તેથી આ અધિકારો અને ફરજોના ભંગથી કાનૂની કાર્યવાહી અથવા સજા થઇ શકે છે.

ગ્રાહક અધિકારોઃ

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી ગ્રાહકોને નીચેના અધિકારોની સંકલ્પના કરી છે.

સલામતીનો અધિકાર

માહિતગાર થવાનો અધિકાર

પસંદગીનો અધિકાર

સુનાવણીનો અધિકાર

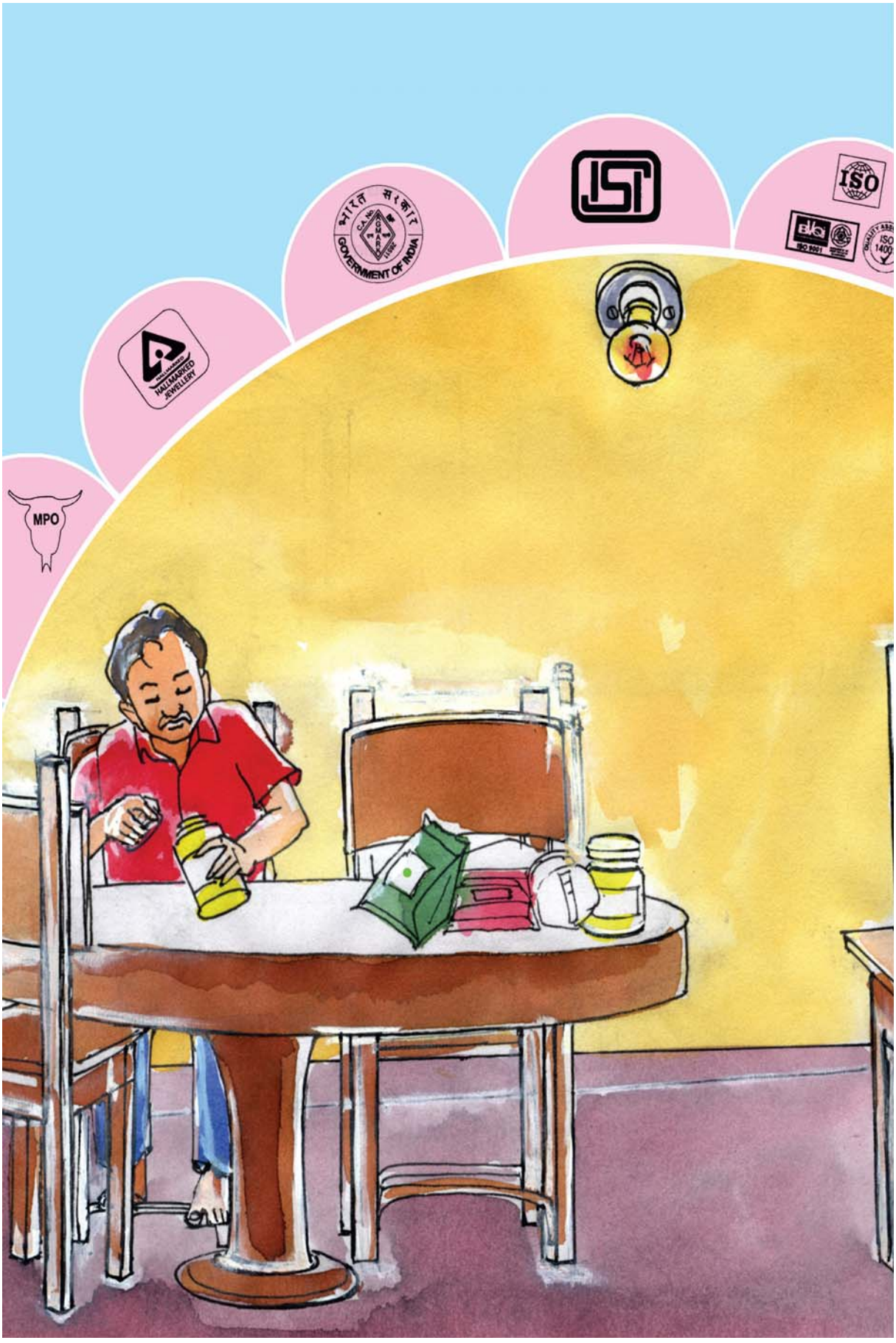
ફરિયાદ નિવારણનો
અધિકાર

ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર

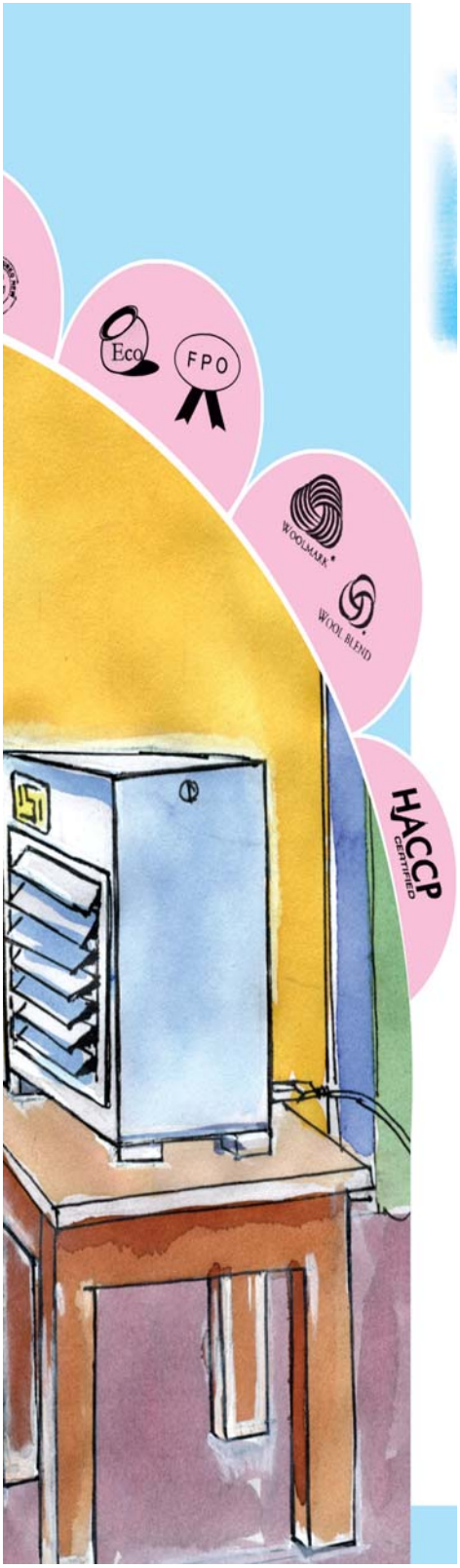
મૂળભૂત જરૂરિયાતો
સંતોષવાનો અધિકાર

આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો
અધિકાર

આ અધિકારોની વિગતવાર ચર્ચા હવે પછીના એકમોમાં કરવામાં આવી છે.



Consumer Movement



સલામતીનો અધિકારઃ

ટેકનોલોજીને લગતી પ્રગતિને લીધે બજારમાં વિશાળ પ્રમાણમાં વિવિધ પ્રકારની પ્રોડકટ અને સેવાઓ ઉપલબ્ધ થઇ રહી છે. આમાંની અમુક પ્રોડકટોના ઉપયોગમાં ટેકનિકલ જ્ઞાનની જરૂર પડે છે. ગ્રાહકોને આવી પ્રોડકટ અને સેવાઓના સલામત ઉપયોગની માહિતી ન પણ હોય. પ્રોડકટો અને સેવાઓના સલામતી પાસા ચકાસવા માટે તેમનામાં ટેકનિકલ જ્ઞાનનો અભાવ પણ હોય છે. તેથી ગ્રાહકોની દ્રષ્ટિએ પ્રોડકટની સલામતી અત્યંત મહત્વની બાબત છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬થી સલામતીના અધિકારને એક ગ્રાહક અધિકાર તરીકે કાનૂની બનાવવામાં આવ્યો છે.

સલામતીનો અધિકાર એટલે જાનમાલને જોખમી હોય તેવી પ્રોડકટ, ઉત્પાદન પ્રક્રિયા અને સેવાઓની સામે સુરક્ષિત થવાનો અધિકાર.

માલ ખરીદવામાં આવે અથવા સેવા મેળવવામાં આવે ત્યારે, -

- ગ્રાહકને પોતાની મિલકત અને વ્યકિતને થતા નુકસાનની સામે રક્ષણ મેળવવાનો અધિકાર છે.
- પ્રોડકટ અથવા સેવાથી ગ્રાહકને કોઇ શારીરિક જોખમ, આરોગ્ય ખતરો ઊભો ન થવો જોઇએ. અથવા તેની નિષ્ફળતાને કારણે ગ્રાહક કોઇ જ મુશ્કેલીમાં મૂકાવો ન જોઇએ.
- પ્રોડકટ અથવા સેવાથી ગ્રાહકને તેની ગુણવત્તા અને સલામતીના સંદર્ભમાં સંતોષ થવો જોઇએ.

સલામતી કોણે સુનિશ્ચિત કરવી જોઇએઃ

✹ સરકાર ✹ વેપારી ✹ ઉત્પાદક ✹ ગ્રાહક

સરકારે, -

- માલ અને સેવાઓની સલામતી અને ગુણવત્તા સુનિશ્ચિત કરવા માટે પગલા અને ધોરણો સ્થાપવા જોઇએ.
- આવશ્યક માલ અને સેવાઓના પરીક્ષણ અને પ્રમાણન માટેની સવલતોની જોગવાઇ કરવી જોઇએ.
- ઉત્પાદકો ખામીયુકત અથવા જોખમી પ્રોડકટ બદલ વળતર ચૂકવે તેવું સુનિશ્ચિત કરવા માટેની નીતિઓ ઘડવી જોઇએ.
- ઉત્પાદકો પ્રોડકટના કોઇ જોખમ વિશે ગ્રાહકોને યોગ્ય રીતે માહિતી આપે તેવું સુનિશ્ચિત કરવું જોઇએ.

ઉત્પાદકે, -

- એવું સુનિશ્ચિત કરવું જોઇએ કે માલ અને સેવાઓ અયોગ્ય હેરફેર અથવા સંગ્રહથી બિનસલામત ન બને.
- સૂચના પુસ્તિકા પૂરી પાડવી જોઇએ.
- શકય હોય ત્યાં સમજી શકાય તેવા પ્રતિકો /ચિહ્નોથી સલામતી માહિતી આપવી જોઇએ.

વેપારીએ, -

- ગ્રાહકોને સલામતીને લગતી માહિતી જણાવવી જોઇએ.
- માલના યોગ્ય ઉપયોગ વિશે ગ્રાહકને જણાવવું જોઇએ.
- માલના ઉપયોગમાં સંકળાયેલા જોખમોથી ગ્રાહકને માહિતગાર કરવો જોઇએ.
- માલના ઉપયોગનું નિદર્શન કરવું જોઇએ.

ગ્રાહકે, -

- ✦ ખરીદી કરતી વખતે પ્રોડકટના સલામતી ધોરણો ચકાસવા જોઇએ.
- ✦ માલ અને સેવાઓના સલામતી પાસા સમજવા માટે સૂચના પુસ્તિકાઓ વાંચવી જોઇએ.
- ✦ પ્રોડકટના સલામત ઉપયોગ અને સલામત નિકાલ વિશે વેપારીને પૂછપરછ કરવી જોઇએ.
- ✦ બિનસલામત પ્રોડકટ જણાય ત્યારે વેપારીને પૂછવું જોઇએ.

સલામતી માટેના ધોરણોઃ

ઉત્પાદકો અને વેપારીઓમાં થતી સ્પર્ધાને લીધે, વિશાળ પ્રમાણમાં વિવિધ પ્રકારનો માલ બજારમાં ઠલવાતો હોય છે. જયારે બીજી બાજુ, ઉત્પાદકો અને વેપારીઓનું એક ક્ષેત્ર માલની ગુણવત્તામાં ચાલાકીપૂર્વક ઘાલમેલ કરીને ઉતરતા ધોરણોયુકત અને નકલી માલ બજારમાં મૂકે છે. નકલ એવી રીતે કરેલી હોય છે કે સામાન્ય ગ્રાહકને અસલી અને નકલી માલનો ભેદ જ ન પારખી શકે. ઉતરતા ધોરણવાળી પ્રોડકટથી આરોગ્ય જોખમો, સલામતી સમસ્યાઓ અને એવી બીજી સમસ્યાઓ ઊભી થતી હોય છે. આવા સંજોગોમાં ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે, પ્રોડકટની ગુણવત્તાની ખાતરી આપવા માટે, વિવિધ દેશોમાં માનકીકરણ માટેના સંગઠનો પ્રોડકટના ધોરણો તૈયાર કરવામાં મહત્વનો ભાગ ભજવી રહયા છે. ભારતમાં ભારતીય માનક બ્યૂરો **(Bureau of Indian Stnadards – BIS)** પ્રોડકટના ધોરણો ઘડવાની કામગીરી કરે છે. આ માનક ધોરણોથી પ્રોડકટની ગુણવત્તા જણાવવામાં આવે છે.

પ્રમાણન ચિહ્નોઃ

પ્રોડકટ પરનું પ્રમાણન્ ચિહ્ન એવો નિર્દેશ કરે છે કે સંબંધિત પ્રોડકટનું પરિક્ષણ કરેલું છે અને સલામત સાબિત થયેલ છે. પ્રમાણન્ ચિહ્નો ઘણાબધા છે. તેમાંના અમુક ચિહ્નો નીચે જણાવ્યા મુજબના છે :-

પ્રમાણન્ ચિહ્ન	આકૃતિ	પ્રોડકટ
બ્યૂરો ઓફ ઇન્ડિયન સ્ટાન્ડર્ડ		ઇલેકટ્રિકલ, ઇલેકટ્રોનિક, કાપડ, રસાયણ, જંતુનાશક, સિમેન્ટ અને કોન્ક્રિટ પ્રોડકટ, ચશ્માને લગતા ઉપકરણો, વાહનના ભાગ, પીણા, ખોરાક વિ.
FPO –ફૂટ પ્રોડકટ ઓર્ડર		જામ, ફળના રસ, સ્કવોશ, બોટલમાં અને કેનમાં પેક કરેલા ફળ અને શાકભાજી, અથાણા, સૂપ, સૂકવેલા શાકભાજી
AGMark		વનસ્પતિ તેલ, ઘી, મલાઇ, માખણ, ચોખા, ગોળ, મગફળી, ફળો, કઠોળ, મરીમસાલા, વન્યપેદાશો
ECO-Mark (ECO-labelling Scheme)		સાબુ અને ડિટરજન્ટ, કાગળ, લૂબ્રિકેટીંગ તેલ, પેકેજીંગ સામગ્રી, રંગ અને પાવડર, બેટરી, સૌંદર્ય પ્રસાધન, ફૂડ એડિટિવ, વૂડ સબસ્ટીટયુટ, કાપડ, અગ્નિશામકો, ચામડા અને પ્લાસ્ટિક માલ
MPO (Meat Product Order)		માંસ, બકરાનું માંસ, કેનમાં પેક કરેલા સોસ, હેમ વિ.
Wool Mark		ઊની કાપડ અને ઊની વસ્ત્રો
Hall Mark		સોના-ચાંદીના ઘરેણા અને તેને લગતી પેદાશો
HACCP (Haazard Analysis & Critical Control Point)		પ્રક્રિયા કરેલી ખાદ્ય પેદાશો
ISO (International Organization for Standardization)		ગુણવત્તાયુકત વ્યવસ્થાપન તંત્ર માટે ISO-9000 શ્રેણી પર્યાવરણ વ્યવસ્થાપન પધ્ધતિ માટે ISO 14000

જો કોઇ પ્રોડકટ ગંભીર રીતે ખામીયુકત જણાય અને /અથવા તેનો યોગ્ય રીતે ઉપયોગ કરવામાં આવે છે તો પણ મહત્વના અને ગંભીર જોખમો કરતી હોવાનું જણાય તો વિતરકોએ તેવી પ્રોડકટ પાછી ખેંચી લેવી જોઇએ, બદલી આપવી જોઇએ અથવા તેમાં સુધારો કરી આપવો જોઇએ અથવા તેના બદલે બીજી કોઇ પ્રોડકટ આપવી જોઇએ. વાજબી સમયમર્યાદાની અંદર આમ કરવું શકય ન બને તો ગ્રાહકને પૂરતું વળતર આપવું જોઇએ.

પ્રોડકટનો ઉપયોગ કરવામાં આવે ત્યારે જીવનને જોખમરૂપ હોય તેવા ક્ષતિયુકત માલ અથવા અન્ય માલની સામે ગ્રાહક તેનું નિવારણ માગી શકે છે.

શબ્દો :

પ્રમાણન ચિહ્ન :

પ્રોડકટ ઉપરનું માનક અથવા પ્રમાણન ચિહ્ન પ્રોડકટનો ઉપયોગ કરવામાં સલામતીની ગેરંટીનો નિર્દેશ કરે છે તે એવી હકીકતની ખાતરી છે કે પ્રોડકટ અમુક પ્રમાણભૂત પરીક્ષણમાંથી પસાર થયેલી છે અને તે જોખમોની સામે સલામતી સુનિશ્ચિત કરે છે.

સલામત પ્રોડકટો :

આરોગ્ય જોખમો અને સલામતીની સમસ્યાઓ ન કરતી હોય તેવી પ્રમાણભૂત પ્રોડકટો.

ખોરાક સલામતી :

કુદરતી રીતે ઝેર બનતા હોય તેવા ભેળસેળમાં વપરાતા પદાર્થોનો અથવા ખોરાકને આરોગ્ય પ્રત્યે તીવ્ર રીતે અથવા કાયમી ધોરણે હાનિ કરે તેવા બીજા કોઇપણ પદાર્થોની ગેરહાજરી અથવા તેનું સ્વીકાર્ય અને સલામત પ્રમાણ

ખોરાકની ભેળસેળ :

કોઇ ખાદ્યચીજની ગુણવત્તા હલકી હોય અથવા ખાદ્યચીજમાં આરોગ્યને હાનિકારક હોય તેવા દ્રવ્યો ઉમેરેલા હોય અથવા પોષક હોય તેવા દ્રવ્યો તેમાંથી દૂર કર્યા હોય ત્યારે આવી ખાદ્યચીજ ભેળસેળયુકત હોવાનું ગણાય.

ભેળસેળયુકત ઔષધો :

ભેળસેળયુકત ઔષધો ગંદા અથવા સડેલા અથવા કોહવાયેલા દ્રવ્યોથી બનેલા હોય છે અથવા આરોગ્યને હાનિકારક બનાવે તેવી અસ્વચ્છ બિનઆરોગ્યપ્રદ સ્થિતિઓ હેઠળ બનાવવામાં આવે તેને ભેળસેળયુકત ઔષધો કહેવાય.

નકલી (ભળતાં) ઔષધો :

નકલી અથવા ભળતું ઔષધ બીજા કોઇ ઔષધને આપેલું નામ ધરાવતું હોય છે અથવા તેમાં બીજા ઔષધની નકલ થતી હોય છે અથવા તેની પર બનાવટી કંપનીનું લેબલ હોય છે અથવા તેમાં બીજા નકામા પદાર્થ પૂર્ણતઃ અથવા અંશતઃ રીતે વાપરેલા હોય છે અથવા તે ઔષધ ખોટા ઉત્પાદકનું નામ ધરાવતું હોય છે.

ખોટી બ્રાન્ડ ધરાવતું (Misbranded) ઔષધ :

ખોટી બ્રાન્ડ ધરાવતું ડ્રગ એટલે ઔષધ બનાવતી પેઢીએ રંગનું પડ ચડાવીને અથવા તેને ચમકાવીને ઔષધને થયેલું નુકસાન છૂપાવીને બનાવેલ હોય એવું ઔષધ અથવા જેનું લેબલ ઠરાવેલા ધોરણો અનુસાર કરેલું ન હોય તેવું ઔષધ.

નકલી ઔષધ/બનાવટી ઔષધ :

બ્રાન્ડ ધરાવતી અને વર્ગ ધરાવતી એમ બંને પ્રોડકટ માટે ઓળખ કરવાના અથવા તેના સ્ત્રોતના સંબંધમાં ઇરાદાપૂર્વક અને છેતરામણી રીતે ખોટું લેબલ લગાવેલું હોય તેવું ઔષધ.

સ્વાધ્યાયઃ

(૧) ગ્રાહકોનો સલામતીનો અધિકાર શું છે ?

(૨) ગ્રાહકોની સલામતી સુનિશ્ચિત કરવામાં સરકારની શું ભૂમિકા છે ?

(૩) પોતાના સલામતીના અધિકારનું રક્ષણ કરવા માટે ગ્રાહકે શું કરવું જોઇએ ?

(૪) પ્રમાણન ચિહ્ન શું છે ?

વિદ્યાર્થી પ્રવૃતિઓઃ

પ્રકૃતિ ક્રમાંકઃ૧ – બજાર મોજણીઃ

- પાંચ વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવવું.
- દરેક જૂથ નીચે જણાવેલી દુકાનો પૈકીની કોઇ એક દુકાનની મુલાકાત લઇ શકે.
  - સુપર માર્કેટ
  - મેડિકલ સ્ટોર
  - કૃષિ વિષયક પ્રોડકટો વેચતાં સ્ટોર
  - ઇલેકિટ્રકલ સ્ટોર

નીચેની બાબતોનું અવલોકન કરો.

૧. પ્રોડકટનું પેકેજિંગ

૨. પ્રોડકટના સલામત ઉપયોગ માટે આપેલી સૂચનાઓ

૩. પ્રોડકટના માનક ચિહ્ન

૪. પ્રોડકટનું બ્રાન્ડ નામ

૫. પ્રોડકટની સંગ્રહ પદ્ધતિ

- પેક કરવાની અને સંગ્રહ કરવાની પદ્ધતિને લીધે વપરાશ માટે અસલામત હોય તેવી પ્રોડકટની યાદી બનાવો.
  - AGMark
  - FPO
  - ISI

ચિહ્ન ધરાવતી પ્રોડકટની યાદી બનાવો.

- ✦ ખોટી બ્રાન્ડ ધરાવતી પ્રોડકટની યાદી બનાવો.
- ✦ પ્રોડકટના સલામત ઉપયોગ માટે ગ્રાહકને આપવામાં આવતી નિયમ પુસ્તિકાઓનો સંગ્રહ કરવો.
- ✦ મોજણી પૂર્ણ થયે વિદ્યાર્થીઓએ પોતાના તારણોનો અહેવાલ આપીને વર્ગમાં ચર્ચા કરવી જોઇએ.

પ્રકૃતિ ક્રમાંકઃ૨– ખાદ્યચીજો વેચાતી હોય તે સ્થળની મુલાકાત.

- ✦ પાંચ વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવો.
- ✦ નીચે પૈકી કોઇ એક સ્થળની મુલાકાત લો.

- ખાદ્યચીજો વેચતા ફેરિયાઓ.
- ફાસ્ટફૂડનું વેચાણ થતું હોય તેવું કોઇ સ્થળ.
- નાનું રેસ્ટોરાં.
- મીઠાઇની દુકાન

- ✦ નીચેની પ્રવૃતિઓનું અવલોકન કરો.

- ખાદ્યચીજ કઇ રીતે બનાવવામાં આવે છે.
- તેની પીરસવાની રીત.
- સ્વચ્છતા કેટલી જાળવવામાં આવે છે.

ખાદ્યચીજો બનાવતી વખતે

- ✦ સ્વચ્છ વાતાવરણમાં બનાવવામાં આવે છે. **હા/ના**

ખાદ્યચીજ બનાવતી વ્યકિત, -

- ✦ સ્વસ્થ અને સ્વચ્છ છે. **હા/ના**
- ✦ સ્વચ્છ વસ્ત્રો પહેરેલા છે. **હા/ના**
- ✦ તંદુરસ્ત છે. **હા/ના**
- ✦ ખાદ્યચીજની હેરફેર સ્વચ્છતાપૂર્વક કરે છે. **હા/ના**
- ✦ રસોઇ બનાવતા પહેલાં હાથ સ્વચ્છ કરેલાં છે. **હા/ના**

પીરસતી વખતે

- ખોરાક પીરસતી વખતે ચમચાંનો ઉપયોગ થાય છે. **હા/ના**
- ખોરાક પીરસતી વ્યકિતએ હાથમોજાં પહેરેલા છે. **હા/ના**
- પાણીનો પ્યાલો સ્વચ્છ છે. **હા/ના**

પીરસતી હોય તેવી વ્યકિત

- સ્વસ્થ અને સ્વચ્છ છે. **હા/ના**
- સ્વચ્છ વસ્ત્રો પહેરેલા છે. **હા/ના**
- તંદુરસ્ત છે. **હા/ના**
- સ્વાસ્થયપ્રદ પદ્ધતિથી ખાદ્યચીજની હેરફેર કરે છે. **હા/ના**
- પીરસતા પહેલા હાથ સ્વચ્છ કરેલા છે. **હા/ના**

સ્વચ્છતા

- ખોરાક વેચાતો હોય તે સ્થળ સ્વચ્છ છે. **હા/ના**
- દુકાનને દરરોજ સ્વચ્છ રાખવામાં આવે છે. **હા/ના**
- પીરસવાની થાળીઓ અને પ્યાલા પાઉડરથી સ્વચ્છ કરવામાં આવે છે. **હા/ના**
- એંઠવાડનો નિકાલ બંધ કચરાપેટીમાં કરવામાં આવે છે. **હા/ના**
- ખાદ્યચીજની હેરફેર કરતી વ્યકિત અને સાફસૂફી કરતી વ્યકિત અલગ અલગ છે. **હા/ના**

પ્રકૃતિ ક્રમાંકઃ૩ – નાટક

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ૨ ના અવલોકનના આધારે લોકોને કેળવણી આપવા માટે નીચેના મુદ્દાઓને ધ્યાનમાં લઇને નાટકનું આયોજન કરવું.

- ખાદ્યચીજો વેચાતી હોય તે સ્થળે સ્વચ્છતાનું મહત્વ.
- ખાદ્યચીજની હેરફેર કરવાની અયોગ્ય પદ્ધતિની માઠી અસરો.
- ખાદ્યચીજો વેચાતી હોય તે સ્થળે જાહેર આરોગ્ય પર બિનસ્વાસ્થ્યપ્રદ સ્થિતિઓની અસર.

પ્રકૃતિ ક્રમાંકઃ૪ – દ્રશ્ય સાધનોનું નિર્માણ

- ✦ પ્રમાણન ચિહ્નનો પર ચાર્ટ તૈયાર કરવા.
- ✦ ગ્રાહકોના સલામતીના અધિકાર પર ભીંતપત્ર તૈયાર કરવું.

અધ્યયનના પરિણામોઃ

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની ટેવ કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ

(૧) પ્રમાણન ચિહ્ન ધરાવતો જ માલ ખરીદવો.

(૨) ખરીદી કરતી વખતે પ્રોડકટ અને સેવાઓના સલામતી ધોરણો ચકાસવા.

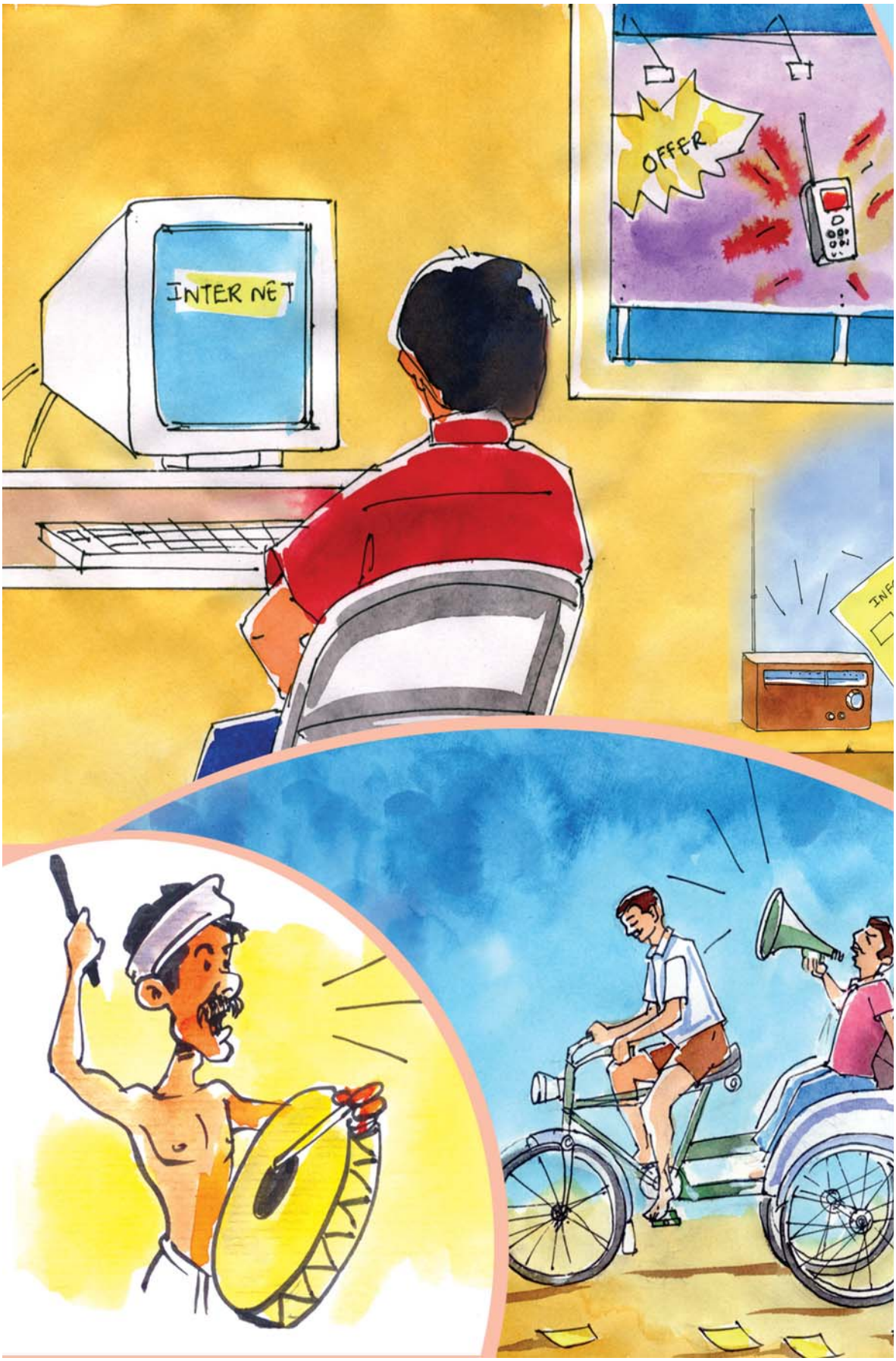
(૩) માલ અને સેવાઓના સલામતી પાસા સમજવા માટે નિયમ પુસ્તિકાઓ વાંચવી.

(૪) પ્રોડકટના સલામત ઉપયોગ અને નિકાલ વિશે વેપારીને પૂછપરછ કરવી.

(૫) અસલામત પ્રોડકટ જણાય ત્યારે વેપારીને તે બાબતે પ્રશ્ન પૂછવા.

(૬) માલ અને સેવાઓના સલામતી પાસા પર અને કાયદા તેમજ વિનિયમો અનુસાર ગ્રાહક સુરક્ષા વિશે પોતે શિક્ષણ લેવું અને લોકોને શિક્ષણ આપવું.

(૭) કોઇ પ્રોડકટ અથવા સેવા પોતાને અસલામત જણાય ત્યારે બીજાને તે બાબતે કેળવણી આપવી.


INTER NET
OFFER

માહિતીનો અધિકાર

ગ્રાહકોને, -

- **શું ખરીદવું**
- **કયાંથી ખરીદવું**
- **કઇ રીતે ખરીદવું**

તેનો ડહાપણયુકત નિર્ણય લેવા માટે માલની કિંમત જથ્થો, તેમાંના તત્વો, માલના ઉત્પાદક અને સર્વિસ પ્રોવાઇડર વિશે ચોકકસ અને પૂરતી માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે.

ગ્રાહકને ચોકકસ અને પૂરતી માહિતીની જરૂર હોય છે. **ઉત્પાદકો અને વેપારીઓ વેચાણ માટે જે માલ અને સેવાઓ વેચાણ કરતા હોય તેને લગતી પૂરતી માહિતી પૂરી પાડવાની તેમની ફરજ છે.**

માહિતી આપવામાં ન આવે તો ગ્રાહકો માંગણી કરી શકે છે. **ગ્રાહકોને માત્ર તમામ ગ્રાહકમાલ અને સેવાઓ વિશેની ચોકકસ અને પૂરતી માહિતી મેળવવાનો જ અધિકાર હોય છે એટલું જ નહિ પરંતુ તે વિશેના વિકાસ માટે પણ કોઇ જાહેર સત્તામંડળ પાસેથી માહિતી મેળવવાનો અધિકાર હોય છે.** માહિતીનો અધિકાર જીવન, વિકાસ અને સામાજિક ન્યાયના અધિકારનો એક આવશ્યક ભાગ છે. જાહેર હિતને લગતી બાબતો પર પ્રમાણભૂત માહિતીના અભાવથી અર્થપૂર્ણ ચર્ચા નિરર્થક ઠરે છે.

ઉત્પાદક/વેપારીની ગ્રાહક જે ચીજવસ્તુ ખરીદવાનો હોય તેને લગતી ચોકકસ અને જરૂરી માહિતી પૂરી પાડવાની ફરજ છે.

ચીજવસ્તુ ખરીદતી વખતે સંબંધિત ચીજવસ્તુ કયારે, કયાં અને કોના દ્વારા બનાવવામાં આવી છે, તેમાં શું છે, તેનો ઉપયોગ કરતી વખતે, સંગ્રહ કરતી વખતે અને એવી અન્ય બાબતોને લગતી અનુસરવી પડે તેવી કોઇ સાવચેતી હોય તો તેને લગતી માહિતી ગ્રાહક પાસે હોવી જોઇએ.

જાહેર જનતાને જરૂરી હોય તેવી માહિતી પૂરી પાડવાની જાહેર સંસ્થાઓની ફરજ છે.

જાહેર જનતાને પોતાની ફરિયાદો અંગે લીધેલા નિર્ણયો માટેના કારણો વિશેની તેમજ લીધેલા પગલા વિશેની માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે.

માહિતીના અધિકારથી દેશની નિર્ણયકર્તા પ્રક્રિયામાં લોકસહભાગિતા સુનિશ્ચિત થાય છે જે લોકશાહીમાં એક આવશ્યક તત્વ છે.

સમાજનું શાસન અને સંચાલન લોકો માટે પારદર્શક હોવું જોઇએ. વિકાસ એજન્સીઓ અને લોકો વચ્ચે માહિતીની અવરજવર દ્વિમાર્ગી હોવી જોઇએ. માહિતી મેળવવાના અભાવથી જાહેર અને ખાનગી સંગઠનો પાસે ઉપલબ્ધ હોય તેવી હકીકતો અને આંકડાઓ પર જ જેની પ્રવૃતિઓ આધાર રાખતી હોય તેવા ગ્રાહક જૂથોની અસરકારકતામાં ગંભીરતાપૂર્વક મર્યાદિત બની જાય છે.

માહિતગાર થવાનો અધિકાર એટલે પોતાની જાણથી પસંદગી અથવા નિર્ણય કરવા માટે જરૂરી માહિતીઓ પોતાને મેળવવાનો અધિકાર. ગ્રાહકોને શાણપણપૂર્વક અને જવાબદારીપૂર્વક

વર્તવા માટે સક્ષમ બનાવતી પૂરતી માહિતી પૂરી પાડવી જોઇએ.

ગ્રાહકોને, -

- પોતે જે પ્રોડકટ ખરીદવાના હોય તેને લગતી વિગતવાર માહિતી મેળવવાનો હક છે.
- બજારમાં વેચાણ માટે મૂકાયેલા માલ અથવા સેવાઓની ગુણવત્તા, ક્ષમતા, પ્રમાણ, શુદ્ધતા, બંધારણ અને તેની કિંમતોને લગતી માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે.
- અસ્પષ્ટ પ્રચારથી ગેરમાર્ગે ન દોરવાનો અધિકાર છે.
- ગ્રાહક પ્રોડકટની કોઇ વિપરીત અસર હોય તો તે જાણવાનો અધિકાર છે.
- પ્રોડકટ અને સેવાઓના સંબંધમાં શાણપણયુકત પસંદગી કરવા માટે તમામ પ્રકારની માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે.
- નાગરિકોના જીવનને સીધી રીતે પ્રતિકૂળ અસર કરતાં પ્રશ્નોમાં ભાગ લેવાનો અધિકાર છે.
- સરકારની કલ્યાણકારી યોજનાઓમાં પ્રવેશ મેળવવાનો અધિકાર છે.

આ અધિકાર ગ્રાહકોને મુકત અને બૌદ્ધિક નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરે છે અને છેતરામણી તેમજ ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતીની સામે તેમને રક્ષણ આપી શકે છે.

માહિતીના સ્ત્રોતઃ

ગ્રાહકો વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતી મેળવી શકે છે. પ્રોડકટ અથવા સેવાના પ્રકારના આધારે માહિતીનો સ્ત્રોત અલગ અલગ હોય છે. માહિતીના મુખ્ય સ્ત્રોતો નીચે મુજબ છેઃ-

- લેબલ
- વિજ્ઞાપન
- મુદ્રણ માધ્યમ
- વીજાણુ પ્રચાર માધ્યમ
- સંસ્થાનો નાગરિક અધિકારપત્ર
- જાહેર ખાનગી ઉપક્રમોના સરકારી રેકર્ડ

લેબલઃ

લેબલ એ પ્રોડકટની બ્રાન્ડ નામ ધરાવતું, પુષ્કળ પ્રમાણમાં માહિતી ધરાવતું અથવા પેકેજનું સચિત્ર વર્ણન કરતું પ્રોડકટની પર લગાવેલું સાદુ પતાકડું છે. લેબલ પરની માહિતી ગ્રાહકને પોતાની જાણ સહિતની પસંદગી કરવામાં મદદરૂપ બને છે.

આદર્શ લેબલમાં નીચેની માહિતી હોવી જોઇએ.

→ પ્રોડકટનું નામ
→ ઉત્પાદકનું નામ અને સરનામું
→ તેમાંના તત્વોનું પ્રમાણ
→ જથ્થો (ચોખ્ખું વજન, ભેજયુકત વજન)
→ બેચ નંબર
→ઉત્પાદનનો મહિનો અને વર્ષ
→ પોષણને લગતી માહિતી
→ તેમાં ઉમેરેલા દ્રવ્યોના નામ અને તેનો જથ્થો
→ સંગ્રહની આદર્શ પરિસ્થિતિ
→ ઉપયોગમાં લીધેલી પ્રક્રિયા ટેકનિક
→ લેબલ પરની ચેતવણીઓ
→ આરોગ્યને લગતા અર્થપૂર્ણ દાવા

કુલ વજનઃ ૧૭૫ ગ્રામ
પેકિંગઃ ૧૧/૦૬
મ.છૂ.કિં.: રૂ.૨૭.૦૦
તમામ વેરા સહિત
પેકેજિંગની તારીખથી ૭(૬)
મહિનામાં ઉપયોગ કરવા માટે શ્રેષ્ઠ

લેબલ પરની માહિતીથી ગ્રાહક ગેરમાર્ગે ન દોરાવો જોઇએ. લેબલ પર એવું કોઇ નિવેદન, દાવો, ડિઝાઇન, યુકિત, કાલ્પનિક નામ અથવા ટૂંકાક્ષર ન હોવા જોઇએ કે જે ખોટા હોય અથવા ગેરમાર્ગે દોરતા હોય.

વિજ્ઞાપન, મુદ્રણ અને વીજાણુ માધ્યમોઃ

બજારમાં મૂકવામાં આવતી નવી પ્રોડકટને લગતી માહિતીના પ્રસાર માટે ઉત્પાદક નીચે મુજબના વિવિધ પ્રકારના માધ્યમોનો ઉપયોગ કરી શકે :-

→ વિજ્ઞાપન
→ મુદ્રણ; અને
→ વીજાણુ માધ્યમ

વિજ્ઞાપન પ્રોડકટનો પરિચય આપવા માટેનું એક શકિતશાળી માધ્યમ છે. ઉત્પાદકો અથવા વેપારીઓ સ્પર્ધાત્મક બજારમાં પોતાની પ્રોડકટ સંબંધી માહિતી આપવા માટે મુદ્રણ અને વીજાણુ માધ્યમનો ઉપયોગ કરતા હોય છે. ગ્રાહકને પ્રોડકટ વિશે સતત માહિતી મળતી રહેવી જોઇએ. આજે ઉત્પાદકો, વેપારીઓ નવી પ્રોડકટોના ઉત્તેજન માટે અને બજારમાં તેની ઉપલબ્યતા અને પસંદગી વિશે ગ્રાહકને માહિતગાર રાખવા માટે વિજ્ઞાપનને એક જરૂરિયાત તરીકે ગણે છે.

જ્યારે બીજી તરફ, આક્રમક વિજ્ઞાપનોથી પ્રોડકટને વધુ કાર્યક્ષમ, ભપકાદાર અથવા ઉપયોગ કરવા માટે વધુ સુગમ હોય તે રીતે ઉત્તેજન આપીને નવી નવી પ્રોડકટોને ગ્રાહકની જિંદગીમાં ધકેલે છે. ઉત્પાદકો અને વેપારીઓએ તેમ ન કરવું જોઇએ. તેમ છતાં, અમુકવાર તેઓ ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતી આપતા હોય છે. ખરેખર તો ગ્રાહકને માર્ગદર્શન આપવું જોઇએ. વિજ્ઞાપનકારો પર અમુક નિયમન હોવું જોઇએ.

ભારતીય વિજ્ઞાપન ધોરણ પરિષદઃ (Advertizing standard council of India)

ભારતીય વિજ્ઞાપન ધોરણ પરિષદ વિજ્ઞાપનકારો, વિજ્ઞાપન એજન્સીઓ, વર્તમાનપત્રો, સામયિકો અને વિજ્ઞાપનમાં સંકળાયેલા અન્ય લોકોથી સ્થપાયેલી સંસ્થા છે. પરિષદે નિયમો ઘડેલા છે જેના દ્વારા વિજ્ઞાપનકારો પોતાની જાતે જ પોતાનું નિયમન કરે છે. પરિષદ એવું માને છે કે :-

→ વિજ્ઞાપનમાં જવાબદારીનું તત્વ હોવું જોઇએ. તે તમામ સંબંધિત પક્ષકારોના લાભ માટે હોવી જોઇએ.

→ વિજ્ઞાપનો દ્વારા થતી રજૂઆત અને દાવાઓની સત્યતા અને પ્રમાણિકતા સુનિશ્ચિત કરવા માટે અને ભ્રામક જાહેરાતોની સામે સલામતી પગલા માટે આચારસંહિતા ઘડેલી છે. આ નિયમો વર્તમાનપત્રો/સામયિકોમાંના વિજ્ઞાપનોને લાગુ પડે છે. એટલું જ નહિ પરંતુ ટેલીવિઝન, રેડિયો, સિનેમા અથવા હોર્ડિંગો અને દુકાનોના ભીંતપત્રો અને પ્રોડકટના લેબલો પર દેખાતા વિજ્ઞાપનોને લાગુ પડે છે.

વિજ્ઞાપનથી ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતી ન આપવી જોઇએ.

ગ્રાહકોને પ્રોડકટને લગતા સલામતી પાસા, પોષણમૂલ્ય, નાણામૂલ્ય અને એવી અન્ય બાબતોના સંબંધમાં સાચી માહિતી આપવી જોઇએ.

સરકારી દફતર અને નાગરિક અધિકારપત્ર.

દરેક નાગરિકને કોઇપણ જાહેર સત્તામંડળ તરફથી માહિતી મેળવવાની સ્વતંત્રતા રહેશે. દરેક જાહેર સત્તામંડળ પોતાની કામગીરીલક્ષી જરૂરિયાતો અનુસાર પોતાનું દફતર નિભાવવાની અને કોઇપણ નાગરિકને તેના સંબંધમાં માહિતી સુલભ કરાવવાની પોતાની ફરજને અધીન રહેશે. અસરગ્રસ્ત વ્યકિતઓને પોતાના નિર્ણયો માટેના કારણો આપવાની અને જયારે મહત્વની નીતિઓ અથવા નિર્ણયો જાહેર કરવામાં આવે ત્યારે તેવા વિશ્લેષણ પ્રગટ કરવાની પણ સંબંધિત અધિકારીની ફરજ રહેશે.

જાહેર જનતાને સેવા પૂરી પાડતા હોય તેવા જાહેર ઉપક્રમો **(undertakings)** પોતાનો નાગરિક અધિકારપત્ર દ્વારા ગ્રાહકો માહિતી જોઇ શકે/મેળવી શકે તેવી વ્યવસ્થા કરવા બંધાયેલા છે.

નાગરિક અધિકારપત્ર એ લેખિત દસ્તાવેજ છે અને ધોરણો, સુલભ્યતા અને પારદર્શિતા વિશે સેવા પૂરી પાડનાર દ્વારા થતી જાહેરાત છે. ગ્રાહક સેવાઓ ઉપલબ્ધ કરવામાં, કિંમતની અને તેના ધોરણોની વિગતોમાં અનુસરવામાં આવતા નિયમો અને કાર્યરીતિના સંબંધમાં માહિતી મેળવી શકે છે.

માહિતીની ઉપલભ્યતા અને સુલભતાના સંબંધમાં એવું માનવામાં આવે છે કે જાહેર સેવાઓ કઇ રીતે ચાલે છે તે વિશે કોઇ જ ગુપ્તતા ન હોવી જોઇએ. જયારે બીજી બાજુ, જાહેર જનતાએ એ જાણવું જોઇએ કે :-

→ સરળતાથી સમજી શકાય તેવા અને ઉપલબ્ધ થઇ શકે તેવા ચોપાનિયાઓ મારફત આવી સેવાઓ ઉપલબ્ધ કરાવવામાં જાહેર સત્તામંડળો કયા નિયમો અને કાર્યરીતિ અનુસરે છે. આ બાબત પણ સ્પષ્ટપણે દેખાઇ આવે તે રીતે પ્રદર્શિત કરવી જોઇએ.

→ સરળતાથી સમજી શકાય તેવા અને ઉપલબ્ધ થઇ શકે તેવા ચોપાનિયાઓ મારફત આવી સેવાઓ ઉપલબ્ધ કરાવવામાં જાહેર સત્તામંડળો કયા નિયમો અને કાર્યરીતિ અનુસરે છે આ બાબત પણ સ્પષ્ટપણે દેખાઇ આવે તે રીતે પ્રદર્શિત કરવી જોઇએ.

→ ચાર્જ લેવાતા હોય તેવા તમામ પ્રસંગોમાં આવા ચાર્જ સ્પષ્ટ રીતે અને કોઇ દ્વિધા ઊભી ન થાય તે રીતે જણાવવું જોઇએ.

→ આવી સેવાઓનો હવાલો ધરાવતી વ્યકિતઓના નામ, હોદ્દા, ટેલીફોન નંબર વિ. તેમજ જાહેર જનતા તેમનો સંપર્ક કરી શકે તે સમય સ્પષ્ટ રીતે જણાવવો જોઇએ.

→ લક્ષ્યાંક કેટલે અંશે સિદ્ધ થયેલા છે તેની માહિતી પણ પ્રદર્શિત કરવી જોઇએ.

→ જાહેર સેવકો અનામી ન હોવા જોઇએ (એટલે કે તેનું નામ ગુપ્ત રાખવાનું ન હોય); સિવાય કે તેમની સલામતીને કોઇ ખતરો હોય. જાહેર જનતા સાથે સીધા જ સંપર્કમાં આવીને પોતાની કામગીરી કરતી તમામ વ્યકિતઓએ પોતાના નામના બિલ્લા લગાવવા જોઇએ અને ટેલીફોન પર જવાબ આપતી વખતે તેમજ પ્રત્યુતરરૂપે પત્ર લખતી વખતે પત્રોમાં પોતાનું નામ જણાવવું જોઇએ.

→ જે પ્રકારની સેવાઓ ચોકકસ જે સ્થળથી પૂરી પાડવામાં આવતી હોય તેને લગતી સંપૂર્ણ અને ચોકકસ માહિતી ચોપાનિયાના સ્વરૂપમાં સરળ ભાષામાં તરત જ ઉપલભ્ય હોય તે જાણવી જોઇએ.

→ ભૂતકાળમાં સિદ્ધ કરેલા પરિણામો વિશે સંપૂર્ણ રીતે ચકાસણી કરેલી માહિતી અને કામગીરી સુધારણાના પ્રયત્નોને લગતી માહિતી સહિત આવી સેવાઓ પૂરી પાડવાની સમયમર્યાદા જાણવી જોઇએ.

તેથી, નાગરિકોને, તેમની ફરિયાદ પર પગલા લેવાય અને ત્રૂટિઓ બદલ જવાબદારીઓ નકકી કરવાની માત્ર અપેક્ષા રાખવાનો જ નહિ પરંતુ પોતાની ફરિયાદ પર કરેલી કાર્યવાહી વિશે માહિતી મેળવવાનો પણ અધિકાર હોવો જોઇએ. અને ત્યાર બાદ જ સરકારી તંત્રમાં જવાબદારી અને પારદર્શિતા આવે.

વાસ્તવિક માહિતીઃ

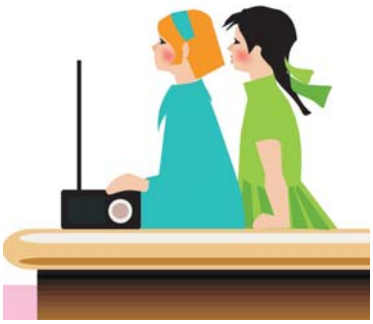
ગ્રાહકને શાણપણયુકત પસંદગી કરવા માટે વાસ્તવિક માહિતી આપવી જોઇએ. ગ્રાહકોને કોઇપણ ગ્રાહક પ્રોડકટના યોગ્ય ઉપયોગ અને તેની સાથે સંકળાયેલા જોખમો વિશેની માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે.

માહિતીનો મુકત પ્રવાહઃ

ગ્રાહકોને લગતા પ્રશ્નોના સંબંધમાં માહિતીનો પ્રવાહ મુકત હોવો જોઇએ. યોગ્ય પ્રકારની માહિતીથી ગ્રાહક શાણપણપૂર્વક અને જવાબદારીપૂર્વક વર્તી શકે છે.

યોગ્ય માહિતીઃ

ગ્રાહકોને યોગ્ય માહિતીથી સક્ષમ બનાવવા જોઇએ. ગ્રાહકો પોતાનો કોઇ નિર્ણય કે પસંદગી કરતા પહેલા કોઇ પ્રોડકટ અથવા સેવા વિશેની તમામ માહિતી પોતાને મળે એવો આગ્રહ રાખી શકે.



શબ્દોઃ

બ્રાન્ડ નામઃ બ્રાન્ડ નામ એ વેચનાર અથવા વેચનારના જૂથના માલ અથવા સેવાઓની ઓળખ કરાવવાના હેતુથી અને બીજાના માલ અથવા સેવાઓથી પોતાનો માલ અથવા સેવા અલગ પાડવાના હેતુથી માલ અને સેવાને આપેલું નામ, નિશાની, ચિહ્ન અથવા ડિઝાઇન અથવા તેનું સંયોજન છે.

બ્રાન્ડ નામ ગ્રાહકને એ જ પ્રકારની પ્રોડકટોની સરખામણીમાં બીજી કોઇ પ્રોડકટને ઓળખવામાં, પ્રોડકટની ગુણવત્તાનો કયાસ કાઢવામાં અને એવી બીજી બાબતોમાં મદદરૂપ થાય છે.

ઉદાહરણ તરીકેઃ ચોકલેટ માટે **"કેડબરી"** બિસ્કીટ માટે **"બ્રિટાનીયા"** તેમજ **"હોર્લિકસ",** બોર્નવિટા વિ.

લેબલઃ લેબલને પાત્ર/ખોખા (કન્ટેનર) અથવા તેના પેકેજ પર લિખિત, મુદ્રિત અથવા ચિત્રાંકિત બાબતની રજૂઆત તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. લેબલ એ પ્રોડકટ સાથે લગાવેલું એવું સાદું પતાકડું છે કે જેમાં બ્રાન્ડ નામ, અન્ય પુષ્કળ માહિતી અથવા સંપૂર્ણ રીતે નિરૂપણ કરતા ચિત્રાંકન હોય છે જે પેકેજનો ભાગ બને છે. સારા લેબલથી ગ્રાહકને યોગ્ય નિર્ણય લેવામાં મદદ મળે છે.

પેકેજઃ પેકેજ એક એવું આવરણ અથવા પાત્ર છે જેમાં પ્રોડકટને બંધ કરવામાં, રાખવામાં અથવા સીલ કરવામાં આવે છે. તેથી, પેકેજિંગમાં પ્રોડકટના ખોખા/પાત્ર (કન્ટેઇનર) અથવા તેના આવરણ (રેપર)ની ડિઝાઇન અને બનાવટની પ્રવૃતિઓનો સમાવેશ થાય છે.

ટ્રેડમાર્ક (વ્યાપારચિહ્ન): ટ્રેડમાર્ક (વ્યાપારચિહ્ન) એ બ્રાન્ડનું કાનૂની વિવરણ છે. વ્યાપાર ચિહ્ન એવી બ્રાન્ડ છે જેને કાનૂની રક્ષણ હોય છે. વ્યાપારચિહ્ન (ટ્રેડમાર્ક)ને **"બ્રાન્ડ અથવા બ્રાન્ડનો એવો ભાગ છે જેને કાનૂની રક્ષણ આપવામાં આવે છે કારણે તેનો સુવાંગ અને અનન્ય ઉપયોગ કરવાનો હોય છે."** તેવી રીતે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. તમામ વ્યાપારચિહ્ન બ્રાન્ડ હોય છે અને તેમાં બ્રાન્ડ નામ અને ચિત્રાકૃતિવાળી ડિઝાઇનનો સમાવેશ થાય છે.

પહેલેથી જ પેક કરેલી ચીજવસ્તુઓ: (Pre-packed commodities)

ખરીદીના સમયે ખરીદનારની હાજરીમાં તેનું તોલમાપ શકય ન હોય તેવી, પેક કરેલા સ્વરૂપમાં મળતી હોય તેવી ચીજવસ્તુઓ.

વિજ્ઞાપનઃ આ શબ્દનો અર્થ **"જાહેર જાણકારી આપવી"** અથવા **"જાહેર પ્રચાર કરવો"** એવો થાય છે. વિજ્ઞાપનનો ઉપયોગ ઉત્પાદકો અથવા વિક્રેતાઓ દ્વારા પ્રોડકટની માહિતી આપવા માટે કરવામાં આવતો હોય છે.

ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનોઃ જયારે કોઇ બાબતની ઇરાદાપૂર્વક ચૂક કરેલી હોય અથવા ગ્રાહકના વર્તનને અન્યથા પ્રતિકૂળ રીતે અસર કરે અથવા ખોટો દાવો કરવામાં આવે ત્યારે કોઇ વિજ્ઞાપન ગેરમાર્ગે દોરતું હોવાનું ગણાય.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. "માહિતીનો અધિકાર" એટલે શું ?

૨. ગ્રાહકોને **"માહિતીના અધિકાર"**ના મળતા લાભની યાદી બનાવો.

૩. "લેબલ"ની વ્યાખ્યા આપો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃતિઓઃ

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ૧ – લેબલનું નિરીક્ષણ

- પાંચ વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવો.
- નીચે પૈકીની કોઇપણ એક પ્રોડકટ પરના લેબલ એકઠા કરો.

→ ખાદ્યચીજ પ્રોડકટ

→ રાસાયણિક ખાતર

→ જંતુનાશક દવા

→ વિદ્યુત ઉપકરણ

→ તૈયાર કપડા

- લેબલમાં આપેલી માહિતીની યાદી નોંધો
- દરેક માહિતી ગ્રાહકોને કઇ રીતે ઉપયોગી બને છે તેનું વિશ્લેષણ કરો.
- લેબલ પર આવેલ ન હોય અને ગ્રાહકને તે અત્યંત જરૂરી હોય તેવી બીજી કોઇપણ માહિતી સૂચવો.

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ ૨ – લેબલની ડિઝાઇન

- પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ૧માં કરેલા તમારા તારણોને આધારે પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ૧માં તમે હાથ ધરેલી પ્રોડકટ માટેની લેબલની ડિઝાઇન બનાવો.

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ ૩ – ખરીદીની યાદી બનાવો

- નવું શૈક્ષણિક વર્ષ શરૂ થાય ત્યારે તેમાં તમને જરૂર પડતી ચીજવસ્તુઓની યાદી બનાવો (જેમાં પેન, પેન્સિલ, નોટબુક, પાઠયપુસ્તકો, કંપાસ, ચાર્ટ, ટાંકણી એવી બધી વસ્તુઓનો સમાવેશ કરવો.)
- જુદી જુદી બ્રાન્ડની પ્રોડકટ નકકી કરવી.
- દરેક બ્રાન્ડની પ્રોડકટને લગતી માહિતી એકત્ર કરવી.

- વિવિધ ઉત્પાદકો દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી માહિતીને
- લગતા તમારા અવલોકનો રજૂ કરવા.
- આપેલી માહિતીના આધારે જે ચીજવસ્તુ તમે પસંદ કરવાના હોવ તેની યાદી બનાવવી.

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ ૪ – દ્રશ્ય સાધનો તૈયાર કરવા બાબત.

- લેબલમાં હોવી જોઇએ તે માહિતીનું વર્ણન કરતું ભીંતપત્ર બનાવો.
- તમારી શાળાના માહિતી ચોપાનિયાની ડિઝાઇન તૈયાર કરાવો.

પ્રવૃતિ ક્રમાંકઃ ૫ – વિજ્ઞાપન દ્વારા માહિતી.

- કોઇ પણ એક વિજ્ઞાપન પસંદ કરો.
- વિજ્ઞાપનમાં આપેલી માહિતીનું અવલોકન કરો.
- વિજ્ઞાપનમાં આપેલી માહિતીની યાદી બનાવો.
- તમે પસંદ કરેલી પ્રોડકટ વાપરતા હોય તેવા કોઇ પણ પાંચ સભ્યો નકકી કરવા.
- વિજ્ઞાપનમાં આપેલી માહિતીના ખરાપણાંના સંબંધમાં વપરાશકર્તા ઓના અભિપ્રાય એકત્ર કરો.
- આ અવલોકનો વર્ગમાં રજૂ કરીને કઇ માહિતી કમી કરવી અને કઇ માહિતીનો સમાવેશ કરવો તેની ચર્ચા કરવી.

અધ્યયનના પરિણામોઃ

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી, -

(૧) ખરીદી કરતી વખતે શાણપણયુકત અને જવાબદારીપૂવર્ક વર્તવા માટે માલ અને સેવાઓને લગતી માહિતી મેળવવાની ટેવ કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

(૨) શાણપણયુકત પસંદગી કરવા માટે માહિતીના વિવિધ પ્રકારના સ્ત્રોત શોધી કાઢવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

(૩) માહિતીના ખરાપણાં અને ઔચિત્યનું મૂલ્યાંકન કરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

::

BUSH
PHILIPS
SONY

પસંદગીનો અધિકારઃ

ગ્રાહકને પસંદ કરવાનો અને પોતાની પસંદગીની પ્રોડકટ ખરીદવાનો અધિકાર છે.

ગ્રાહકને, -

→ વિવિધ પ્રકારનો માલ વિશાળ શ્રેણીમાં ઉપલબ્ધ થવો જોઇએ.

→ પોતાની પસંદગીની પ્રોડકટ નકકી કરવાની તક આપવી જોઇએ.

બજારમાં જયાં પસંદગી ઉપલબ્ધ ન થાય તો ગ્રાહકને જે પ્રોડકટ મળતી હોય તે વેચનારની કિંમતે નકકી કરવાની તક મળતી નથી.

- વેપારીને ગ્રાહકની પસંદગી નિયંત્રિત કરવાનો કોઇ અધિકાર નથી.
- વેપારીએ માલની વિવિધતા રજૂ કરવાની હોય છે.
- વેપારીએ ગ્રાહકને તેનો ઇચ્છિત માલ પસંદ કરવા માટે તક આપવી પડે છે.

શાણા ગ્રાહકે પોતાના હાથમાં રહેલા નાણા વાપરવાનો એવી રીતે પ્રયત્ન કરવો જોઇએ કે જેથી તેને તેમાંથી મહત્તમ સંતોષ મળે. આમાં પસંદગી વાપરવાનો સમાવેશ થાય છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, બજારમાં માલની એટલા પ્રમાણમાં વિવિધતા હોવી જોઇએ કે ગ્રાહકને તેમાંથી પોતાની પ્રોડકટ પસંદ કરવાનો વિકલ્પ મળે.

પસંદગી કરવાનો અધિકાર એટલે ગ્રાહકને, બજારમાં વિવિધ કિંમતોએ મળતી વિવિધ પ્રકારની પ્રોડકટોમાંથી પોતાની પસંદગીની પ્રોડકટ નકકી કરીને ખરીદવાનો અધિકાર છે.

→ વેપારી/દુકાનદાર કોઇ બ્રાન્ડની અથવા કોઇ ચોકકસ પ્રકારની પ્રોડકટ ખરીદવા માટે ગ્રાહક પર દબાણ કરી શકે નહિ અથવા તેની પર એવી ફરજ પાડી શકે નહીં.

→ ચાલાકીપૂર્વક વેચાણ કરવાની કોઇ યુકિતનો ઉપયોગ કરીને વસ્તુ ખરીદવા માટે ગ્રાહક પર દબાણ ન કરવું જોઇએ.

દુકાનદારો, તેમને મળવાનો નફો ધ્યાન રાખીને, ગ્રાહક સમક્ષ પ્રોડકટની સમગ્ર શ્રેણી રજૂ કરતા જ નથી. આનાથી ગ્રાહકના મનમાં એવી છાપ એવી ઊભી થાય છે કે પોતે ખરીદવાની પ્રોડકટનું વૈવિધ્ય અસ્તિત્વ ધરવાતું જ નથી અથવા બજારમાં ઉપલબ્ધ જ નથી.

તેથી, ગ્રાહક પોતાને ઉપલબ્ધ પસંદગીઓથી વધુ સારી રીતે માહિતગાર બનવા માટે બજારમાં સજાગ રહીને પૂછપરછ કરે તે જરૂરી છે.

બજારમાં માત્ર એક જ વિક્રેતા હોય તો તેને **"ઇજારાશાહી"** બજાર કહેવાય. સીધી સ્પર્ધાના અભાવનો ફાયદો ઉઠાવીને, ઇજારદારો બજારનું વિભાજન કરીને જુદી જુદી કિંમતો વસૂલ કરે છે. બજારમાં એક જ ઉત્પાદક હોવાને લીધે ઇજારદાર ઉત્પાદન અને કિંમત પર નિયંત્રણ રાખી શકે છે.

પસંદગીનો અધિકાર એ એક જ હેતુ માટે ઉપલબ્ધ હોય તેવી વિવિધ પ્રકારની પ્રોડકટોમાંથી પોતાને સૌથી વધુ અનુકૂળ હોય તેવી પ્રોડકટ પસંદગી કરવાની એક પ્રકારની સ્વતંત્રતા છે.

પસંદગી નિયંત્રિત કરવામાં આવે ત્યારે શું બને છે ?

જયારે બજારમાં સ્પર્ધાત્મક કિંમતે માલની વિવિધતા ન હોય ત્યારે ગ્રાહકને જે પ્રોડકટ મળતી હોય તે ખરીદવા સિવાય બીજો કોઇ વિકલ્પ કે પસંદગી રહેતી નથી. આવી પરિસ્થિતિમાં વેપારીઓ, -

✦ મન ફાવે તેવી કિંમત નકકી કરે છે.

- કૃત્રિમ અછત ઊભી કરીને કિંમતોમાં વધારો કરે છે.
- માલ પહોંચાડવાની/પૂરો પાડવાની શરતોમાં ઘાલમેલ કરે છે.
- બજારમાં આવતા માલના પ્રવાહને પ્રતિકૂળ અસર કરે છે.

બજારમાં ઊભી થતી આ પ્રકારની પરિસ્થિતિ નિયંત્રિત વેપારપ્રથાનું એક રૂપ છે.

નિયંત્રિત વેપારપ્રથાના ઉદાહરણોઃ

નિયંત્રિત વેપારપ્રથાના કેટલાક ઉદાહરણો નીચે આપેલા છે.

કિંમત નિર્ધારણઃ- નિયંત્રિત વેપારની આ એક એવી સામાન્ય પ્રથા છે જેમાં વેપારી, સંઘ અથવા સંગઠનના આદેશથી પોતાના માલની કિંમત નકકી કરે છે. કિંમતનિર્ધારણનો મુખ્ય હેતુ સ્પર્ધા ઘટાડીને માલનું ઊંચુ વલણ જાળવી રાખવાનો હોય છે. **બજારને આવી રીતે નિયંત્રણમાં લેવાનો પ્રયાસ નિયંત્રિત વેપારપ્રથા કહેવાય.**

વિશિષ્ટ સોદાઓઃ- આ એક એવી ગોઠવણ અથવા પ્રથા છે જેના દ્વારા, ઉત્પાદક, નિર્માતા અથવા પુરવઠાદાર પોતાના વેપારીને માત્ર અને માત્ર પોતાની જ પ્રોડકટનો સ્ટોક કરવાની ફરજ પાડે છે પણ પરંતુ પોતાના હરીફની પ્રોડકટ માટે વેપારીને જણાવતો નથી.

આ **"અનન્ય"** અથવા **"વિશિષ્ટ"** કરારો છે. જો તેનાથી સ્પર્ધાને નુકસાન ન થતું હોય, સ્પર્ધા નિયંત્રિત ન થતી હોય અથવા વિકૃત ન થતી હોય તો પણ સ્પર્ધાનું માત્ર નિયમન થતું હોય તો તે આપમેળે જ ગેરકાયદે ન ગણાય. તેમ છતાં, વિશિષ્ટ કરારથી પોતાની કોઇ પ્રોડકટ થકી બજારને અવરોધીને સ્પર્ધા અટકાવવામાં આવતી હોય તો તે નિયંત્રિત વેપારપ્રથાની સમકક્ષ જ ગણાય.

પ્રાદેશિક નિયંત્રણઃ- જયારે કોઇ ઉત્પાદક અથવા પુરવઠાદાર પોતાના વેપારીને પોતાની પ્રોડકટ ફાળવેલા (પોતે નકકી કરેલા) વિસ્તાર અથવા બજારમાં વેચવાની ફરજ પાડે તો આવી પ્રથા પ્રાદેશિક નિયંત્રણને લીધે નિયંત્રિત વેપારપ્રથા જ ગણાય.

પ્રોડકટની ઘટાડેલી કિંમતો અથવા સમાન વિતરણના કારણસર તેને વાજબી ઠરાવી શકાય તેમ હોવા છતાં, અમુક અન્ય કિસ્સાઓમાં તેને વાજબી ગણાવી શકાય નહિ. ખાસ કરીને, આવા પ્રાદેશિક નિયંત્રણની પાછળનો હેતુ સ્પર્ધાને નષ્ટ કરવાનો હોય અથવા કોઇ ચોકકસ બ્રાન્ડની પ્રોડકટ માટે ઇજારો ઊભો કરવાનો હોય ત્યારે તેને વાજબી ઠરાવી શકાય નહિ.

બંધનયુકત વેચાણ (Tie-up Sales) :- **"બંધનયુકત વેચાણ"** અથવા **"બંધણીયુકત ગોઠવણો"**ને એવી વ્યવસ્થા અથવા કરાર તરીકે સમજી શકાય કે જેનાથી ખરીદનારને એક અથવા તેથી વધુ ચીજવસ્તુ અથવા સેવાઓ ખરીદવાની ફરજ પાડવામાં આવે છે.

સામાન્ય રીતે, એક વસ્તુ ખરીદવાની પૂર્વશરતરૂપે બીજી વસ્તુ ખરીદવી પડે ત્યારે બંધણીયુકત **(Tie-up Sale)** વેચાણ કહેવાય. આવી રીતે ખરીદનારને જેની જરૂર જ ન હોય તેવો પોતાનો માલ ખરીદવા માટે વેપારી ફરજ પાડતો હોય છે. આ બાબત વેપારીઓ દ્વારા ગ્રાહકોનું માત્ર અને માત્ર શોષણ જ છે અને સ્પર્ધા રોકવા પાછળ તેનાથી ભાગ્યે જ કોઇ હેતુ સરતો હોય છે.

ઉદાહરણ તરીકે, કોઇ ગ્રાહક પેન્સિલનું બોકસ ખરીદવા માગતો હોય પરંતુ વેપારી એવી શરત લાદે કે પેન્સિલનું બોકસ ખરીદવા માટે ગ્રાહકે તેની પાસેથી કલર પેન્સિલનો સેટ ખરીદવો પડશે. આવી ગોઠવણની અસરથી એવું પરિણામ આવે કે ખરીદનારને કોઇ ચોકકસ સમયે પોતાને બિનજરૂરી હોય તેવો માલ અથવા સેવા ખરીદવાની પણ જરૂર પડે.

આવા કિસ્સામાં, ખરીદનાર મુકત બજારમાં સ્પર્ધાને આર્થિક નુકસાનમાં પરિણમતી પ્રોડકટોની સ્પર્ધાઓમાં પોતાની મુકત પસંદગીને જતી કરે છે. આવા બંધણીયુકત વેચાણોથી સ્પર્ધા રોકવા પાછળનો કોઇ હેતુ ભાગ્યે જ સરે છે.

પુરવઠો અટકાવવોઃ- જયારે કોઇ પુરવઠાદાર પોતાનો પુરવઠો વેપારીઓ દ્વારા લઘુતમ ફેરવેચાણ કિંમતથી ઓછી કિંમતે વેચાણ થવાનો સંભવ છે એમ માનીને પુરવઠો અટકાવી દે ત્યારે તે બાબતને નિયંત્રિત વેપારપ્રથાની વ્યાખ્યાથી આવરી લેવામાં આવે છે. અત્રે એ ઉલ્લેખનીય છે કે નિયંત્રિત વેપારપ્રથા જાળવણી અધિનિયમ **(MRTP Act)** ની કલમ ૪૦થી, કોઇ જથ્થાબંધ વિક્રેતા અથવા છૂટક વિક્રેતા નિર્ધારિત લઘુતમ કિંમતથી ઓછી કિંમતે પોતાની પ્રોડકટનું વેચાણ કરે છે અથવા તેમ કરવાનો સંભવ છે તેમ માનીને પુરવઠાદાર દ્વારા કોઇ માલનો પુરવઠો અટકાવવા પર પ્રતિબંધ મૂકયો છે.

શ્રેણીબદ્ધ ચીજવસ્તુ ખરીદવાનો આગ્રહ (ફુલ-લાઇન ફોર્સિંગ) :-

જયારે કોઇ ગ્રાહકને માત્ર મુખ્ય પ્રોડકટ જ નહીં પણ વેપારી દ્વારા વેચવામાં આવતી અથવા બનાવવામાં આવતી અન્ય આનુષંગિક પ્રોડકટો ખરીદવા માટે પણ દબાણ કરવામાં આવે ત્યારે તેને ફુલ-લાઇન ફોર્સિંગ એટલે કે શ્રેણીબદ્ધ ચીજવસ્તુ ખરીદવાનો આગ્રહ કહેવાય. આ બાબત બંધણીયુકત વેચાણોનું એક વિશાળ રૂપ છે.

આવી પ્રથા ગેરવાજબી ગણાય કારણ કે તેનાથી ગ્રાહકો મુકત અને ખુલ્લા બજારમાં મળતી સ્પર્ધાત્મક બ્રાન્ડમાંથી ઉત્તમ માલ પસંદ કરવાના પોતાના અધિકારથી વંચિત રહે છે.

સ્વાધ્યાય

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૧ – બજારની મોજણી

- પાંચ વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવો
- દરેક જૂથને નીચે પૈકીની કોઇ એક પ્રોડકટ પસંદ કરવાનું કહો.
  - ટૂથપેસ્ટ
  - શેમ્પૂ
  - જામ
  - સાબુ
  - કપડા ધોવાનો પાઉડર
  - અથાણું
- દરેક પ્રોડકટ માટે મળતી હોય તેવી વિવિધ બ્રાન્ડ શોધી કાઢવી.
- વર્ગમાં તેના તારણો રજૂ કરવા.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૨ – કિંમત મૂલ્યાંકન (નિર્ધારણ)

- તમારી જરૂરિયાત મુજબની દસ પ્રાથમિક ચીજવસ્તુ નકકી કરો.
- તમારી જરૂરિયાત મુજબનો તેનો જથ્થો નકકી કરો.
- ચીજવજસ્તુઓની યાદી લઇને પાંચ સ્ટોરની મુલાકાત લો અને દરેક વસ્તુ માટેની કિંમત નોંધી લો.
- સૌથી સસ્તો સ્ટોર અને સૌથી મોંઘો સ્ટોર નકકી કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૩ –

- માલની વિશાળ વિવિધતા ઉપલબ્ધ થવાના ફાયદા અને ગેરફાયદાની યાદી બનાવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૪ – ગ્રાહક મૂલ્યો

- પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૨માં તમે નોંધેલી દસ વસ્તુઓની યાદી લો.
- યાદીમાંની દરેક ચીજ તમે ખરીદતા હો ત્યારે તેની ખરીદીને લગતાં પરિબળો નોંધો.

ઉદાહરણ તરીકેઃ પેન – સરસ ટાંક
આકર્ષક રંગ
હેરફેર કરવા માટે સરળ
લખાણ માટે સરળ

- વર્ગમાં અહેવાલ રજૂ કરીને તેની ચર્ચા કરવી.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૫ – દ્રશ્ય સાધનો તૈયાર કરવા.

- સમાન પ્રોડકટની અવેજી પ્રોડકટ માટે તપાસ કરવાના મહત્વ ઉપર ગ્રામીણ ગ્રાહકોને શિક્ષણ આપવા માટે અને કરકસરયુકત ખરીદી કરવા માટે તેના કિંમત મૂલ્યાંકનનું મહત્વ સમજાવવા માટે **"ફ્લેશ કાર્ડ સ્ટોરી"** તૈયાર કરો.

અધ્યયન પરિણામોઃ

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી,-

૧) ગેરવાજબી અને નિયંત્રિત વેપારપ્રથાઓ ઓળખી કાઢવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૨) ગ્રાહકોના હિતોના રક્ષણ માટે કાનૂની ઉપાયો સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

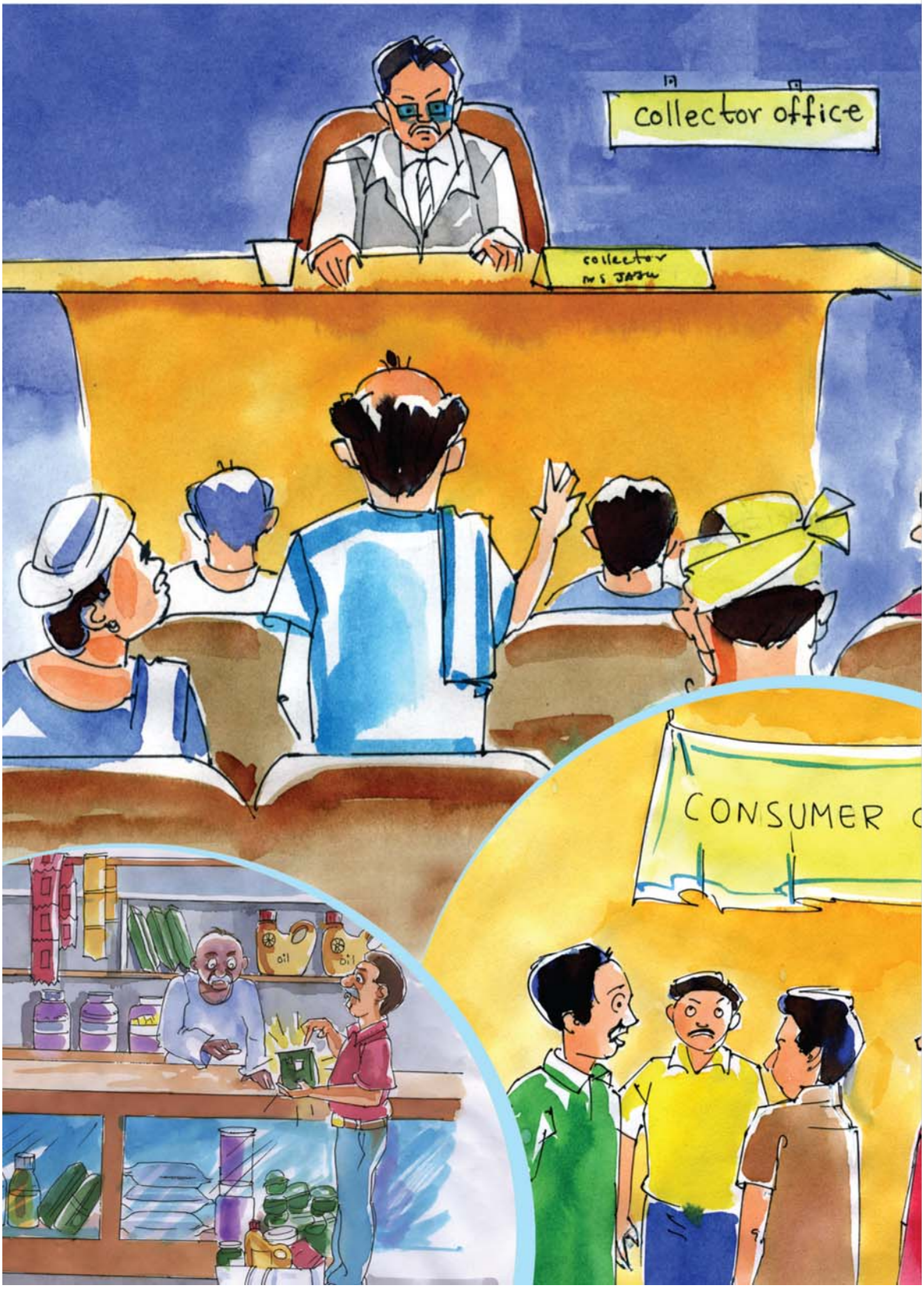
૩) પસંદગીનો અધિકાર વાપરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૪) કરકસરયુકત ખરીદી કરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૫) ઇચ્છિત માલ અને સેવાઓ પસંદ કરવાની ક્ષમતા વિકસાવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૬) વિકલ્પોને મહત્વ આપવાના કૌશલ્યો વિકસાવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

::


collector office
collector
M S JAGTAP
CONSUMER
oil
oil

સુનાવણીનો અધિકાર

"સુનાવણીનો અધિકાર" એટલે આર્થિક અને બીજી નીતિઓના ઘડતર અને તેની અમલ બજવણીમાં સંપૂર્ણ અને સહાનુભૂતિયુકત વિચારણા મેળવવાના હેતુથી ગ્રાહકોના હિતોને સમર્થન આપવાનો અધિકાર. તેમાં, કોઇ પ્રોડકટ અને સેવાઓ શરૂ થાય અથવા સ્થાપવામાં આવે તે પહેલા જ સરકારી અને અન્ય નીતિવિષયક સંસ્થાઓમાં પ્રતિનિધિત્વના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે.

ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે, વ્યકિતને પોતાની વાત કહી સંભળાવવાનો અધિકાર છે. ગ્રાહક પોતાના મંતવ્યો વિવિધ ફોરમ સમક્ષ રજૂ કરી શકે છે. ગ્રાહકને એવી ખાતરી હોય છે કે તેના હિત પ્રત્યે પૂરતું ધ્યાન આપવામાં આવશે. ગ્રાહકો પોતાના મંતવ્યો નિર્ણયકર્તા સંસ્થાઓમાં રજૂ કરી શકે છે.

ગ્રાહકોને પોતાની વાત કહી સંભળાવવા માટે યોગ્ય ફોરમની જોગવાઇ કરવી જોઇએ. ગ્રાહકને એવી ખાતરી હોય છે કે આર્થિક અને બીજી નીતિઓના ઘડતર

અને અમલ બજવણી તેના મંતવ્યોને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે.

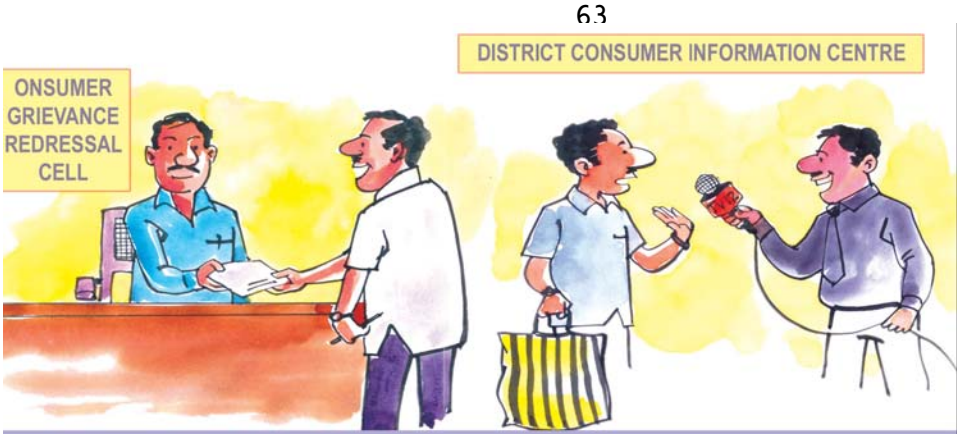
ગ્રાહક અવાજ માટેનું ફોરમઃ

ગ્રાહકોને માલ અને સેવા પૂરી પાડતા હોય તેવા ઉત્પાદકો, વેપારીઓ, સર્વિસ પ્રોવાઇડરો, જાહેર અને ખાનગી સાહસો ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે કામ કરવાની જવાબદારી ધરાવે છે.

ગ્રાહકોને પોતાની વાત રજૂ કરવા માટેની તક પૂરી પાડવા માટેની તેમને જરૂર પડતી હોય છે. ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે છેવાડાના વપરાશદાર તરફથી મળતા સૂચનો ધ્યાનમાં લેવાવા જોઇએ.

ગ્રાહક સેવા કેન્દ્રોઃ ઉત્પાદક એકમો ગ્રાહક સેવા કેન્દ્રો ધરાવી શકે. ગ્રાહકને ઉત્પાદિત થયેલા માલની ડિઝાઇન અને કાર્યો વિશે પોતાના અભિપ્રાયો રજૂ કરવા માટેની તક આપવી જોઇએ.

ઘણી કંપનીઓ પોતાના ગ્રાહકો માટે કાળજી રાખતા હોય છે. તેઓ ગ્રાહકોના અભિપ્રાયો સ્વીકારે છે. ગ્રાહકો તરફથી મળતા પ્રતિભાવ ગ્રાહકોને સ્વીકાર્ય હોય તેવા માલ સાથે બજારમાં આવવાના અંતર્નિવેશનો હેતુ પૂરો પાડે છે.



ગ્રાહકને રજૂઆત માટેનો મંચઃ

ગ્રાહકને રજૂઆત માટે વિવિધ મંચો સ્થાપવામાં આવ્યા છે. તેમાંના અમુક મંચ નીચે મુજબ છે.

ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમ

- જિલ્લા, રાજય અને રાષ્ટ્રીય સ્તરે ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદો.
- જિલ્લા, રાજય અને રાષ્ટ્રીય સ્તરે સલાહકાર સમિતિઓ.
- જાહેર ઉપયોગિતા વિભાગોના ફરિયાદ/તકરાર નિવારણ સેલ.
- ગ્રાહક સેવા કેન્દ્રો.

સંગઠિત બનવાની જરૂરિયાતઃ

પોતાની વાત/રજૂઆતને કહી સંભળાવવા માટે ગ્રાહકોએ સંગઠિત બનવાની જરૂર પડતી હોય છે. ગ્રાહક સંગઠનો પોતાનો અવાજ સામૂહિક રીતે ઊંચો કરી શકે છે. તેઓ, -

→ જાહેર મંચ સ્થાપીને તેની સેવાઓ પૂરી પાડી શકે.

→ જાહેરહિતના મુદ્દાઓ હાથ ધરી શકે.

→ જાહેરહિતના વિષયોને લગતી જાહેર ચર્ચાઓ હાથ ધરી શકે.

→ ગ્રાહક પ્રોડકટોની સલામતીનો આગ્રહ રાખી શકે.

→ પ્રચાર માધ્યમો દ્વારા લોકોને સંગઠિત કરી શકે.

→ ગ્રાહક હિતના વિવિધ વિષય પર ચર્ચા માટે ગ્રાહક ફોરમોને સંગઠિત કરી શકે.

ગ્રાહકને પોતાની વાત કહી સંભળાવવાનો અધિકાર જે યોગ્ય ફોરમો સમક્ષ પોતાનો અભિપ્રાય, અવલોકનો અને ફરિયાદો રજૂ કરવા માટે ગ્રાહકના હિતને લગતો છે તે તેને સુલભ બનવો જોઇએ. જયારે પણ ગ્રાહકને કોઇ ફરિયાદ હોય ત્યારે તેને કહી સંભળાવવાનો અધિકાર છે અને પોતાના હિતને યોગ્ય ફોરમ સમક્ષ પૂરતું ધ્યાન આપવામાં આવશે એવી ખાતરી મેળવવાનો અધિકાર છે.

આવી ફરિયાદોના ઉકેલ માટે અને ગ્રાહકોના હિતોના વાજબી, કરકસરયુકત અને ઝડપી રાહે રક્ષણ અંગે તેમને ખાતરી મળે તે હેતુથી ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી એક અર્ધન્યાયિક વ્યવસ્થાતંત્ર ગોઠવ્યું છે.

સ્વાધ્યાય

૧. ગ્રાહકોનો **"સુનાવણીનો અધિકાર"** સમજાવો.

૨. ગ્રાહકોને પોતાની રજૂઆત માટેના ઉપલબ્ધ મંચની યાદી બનાવો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ,

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૧ – જિલ્લા ગ્રાહક માહિતી કેન્દ્ર (DCIC)ની મુલાકાત

- તમારા જિલ્લામાં જિલ્લા ગ્રાહક માહિતી કેન્દ્રની મુલાકાત લો.
- માહિતી સંગઠક (Informatin Organizer) સાથે વિચારોનું આદાનપ્રદાન કરો.
- ગ્રાહક પરામર્શ કઇ રીતે કરવામાં આવે છે તે જાણો.
- ગ્રાહક તકરારોની પતાવટમાં અનુસરવામાં આવતા પગલાં શોધી કાઢો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૨

- ચાર જૂથો બનાવો.
- નીચે પૈકીની કોઇ એક ગ્રાહક સમસ્યા નકકી કરોઃ-
  - → પાણીનો ઓછો પુરવઠો
  - → પરિક્ષા દરમિયાન વીજળી કાપ
  - → શાકભાજીના ભાવમાં અસાધારણ વધારો.
  - → સવારના સમયે ટ્રાફિક જામ.

- સમસ્યાનો અભ્યાસ કરો.
- સંગઠિત બનો, બીજાઓને આ સમસ્યા સમજાવો, સંગઠિત થઇને અવાજ ઉઠાવવા માટેની જરૂરિયાત જણાવો.
- કાર્યવાહીના ક્રમનું આયોજન કરો.
- ઝુંબેશ ગોઠવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૩ – ક્ષેત્રીય મુલાકાત

- કોઇપણ ગ્રાહક સંગઠનના ગ્રાહક સેવા કેન્દ્રની મુલાકાત લો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૪ – અતિથિ વ્યાખ્યાન

✦ ગ્રાહક સુરક્ષા પરિષદ દ્વારા અતિથિ વ્યાખ્યાનનું આયોજન કરો. પરિષદની ફરજો અને પરિષદમાં સમસ્યાની રજૂઆત માટેનો વ્યાપ તેની પાસેથી જાણો.

અધ્યયનના પરિણામોઃ

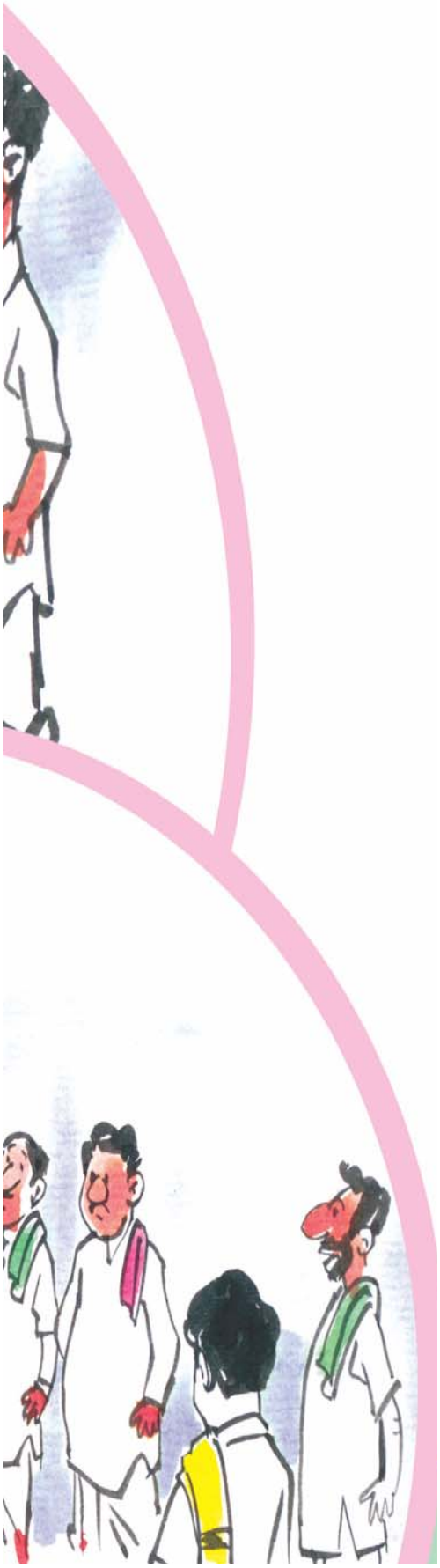
વિદ્યાર્થીઓ તરફથી,-

૧. નિર્ણયકર્તા સંસ્થાઓમાં પોતાના અભિપ્રાયો જણાવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૨. પોતાના અને બીજાના ગ્રાહકહિતની સુરક્ષા માટે પ્રત્યાઘાત આપીને બોલવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

૩. સામાજિક હેતુ માટે સંગઠિત બનવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

::::::::::::::::::::::::::::::::



ફરિયાદ નિવારણનો અધિકાર

નિવારણ એટલે **"બાબતને યોગ્ય સ્થિતિમાં લાવવી"** જ્યારે કોઇ ગ્રાહકે પોતે જેના માટે નાણા ચૂકવેલા હોય તે માલ અથવા સેવામાં કોઇ સમસ્યા હોય ત્યારે તેને નિવારણ મેળવવાનો અધિકાર છે. માલ અથવા સેવાની કામગીરી અથવા ગુણવત્તા અપેક્ષામાં ઊણી ઉતરતી હોય તો સંબંધિત ગ્રાહક ફરિયાદ માંડી શકે છે. તે ગ્રાહક કોઇ ગેરવાજબી વેપારપ્રથા અથવા ગ્રાહકશોષણ વિરૂદ્ધ પણ ફરિયાદ કરી શકે છે.

નિવારણનો અધિકાર એટલે ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ સામે તકરારનો ઉકેલ મેળવવાનો અધિકાર.

નિવારણ મેળવવાનો અધિકારઃ

→ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ અથવા ગ્રાહકોના શોષણની સામે નિવારણ મેળવવા માટે ગ્રાહક માટે તક પૂરી પાડે છે.

→ જેમાં તથ્ય હોય તેવી તકરારોની વાજબી પતાવટનો અધિકાર આપે છે.

→ ખામીયુકત માલ અથવા સેવાઓ માટે વળતર સુનિશ્ચિત કરે છે.

ફરિયાદનું નિવારણ એ ફરિયાદોની સુનાવણીની પછીની પ્રાકૃતિક કાર્યવાહી અને ગ્રાહક તેમજ વેચનારને સ્વીકાર્ય હોય તે રીતે પતાવટ કરવાની કાર્યવાહી છે.

નિવારણ એજન્સીઓઃ

શોષણાત્મક અને ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓથી ગ્રાહકને બચાવવાના ધ્યેયથી અને બિનખર્ચાળ, સરળતાથી સુલભ અને ઝડપી ઉકેલ પૂરો પાડવાના ધ્યેયથી ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ અધિનિયમિત કરવામાં આવ્યો હતો. ગ્રાહકો પોતાનો નિવારણનો અધિકાર વાપરી શકે તે હેતુથી આ કાયદા હેઠળ વિવિધ ઉપાયોની જોગવાઇ કરવામાં આવી છે.

આ અધિનિયમથી ત્રિ-સ્તરીય અર્ધન્યાયિક નિવારણતંત્રની સ્થાપનાની વિચારણા કરવામાં આવી છેઃ-

(૧) જિલ્લા ફોરમ

(૨) રાજય આયોગ

(૩) રાષ્ટ્રીય આયોગ

ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમ, -

→ નારાજ થયેલા ગ્રાહકોને યોગ્ય ફોરમ સુધી પહોંચાડવામાં મદદ કરે છે.

→ આ ત્રિ-સ્તરીય સંસ્થાઓ કુદરતી ન્યાયના સિદ્ધાંતોનું પાલન કરશે.

→ આ ફોરમોને વિશિષ્ટ પ્રકારની દાદ આપવા માટેની સત્તા આપવામાં આવી છે.

→ આ ફોરમો યોગ્ય જણાય ત્યાં વળતર અપાવી શકે છે.
→ ત્રિ-સ્તરીય સંસ્થાએ આપેલા આદેશોનું પાલન ન કરવા બદલ દંડ કરવામાં આવે છે.
→ આ ત્રિ-સ્તરીય સંસ્થાઓમાં તમામ જાહેર અને ખાનગી ધંધાઓ અને સેવાક્ષેત્રોને આવરી લેવામાં આવ્યા છે – જેમાં, બેન્કિંગ, નાણા, વીમો, પરિવહન, વીજળી, દૂરસંચાર, મનોરંજન અને એવા બીજા ક્ષેત્રોનો સમાવેશ થાય છે.
→ આ ત્રિ-સ્તરીય સંસ્થાઓની હકૂમત ગ્રાહકોના ઉત્તમ હિતમાં વિસ્તારવામાં આવી છે.

જિલ્લા ફોરમઃ-

રાજય સરકારને દરેક જિલ્લામાં જિલ્લા ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમ સ્થાપવાની સત્તા આપવામાં આવી છે. જિલ્લા ફોરમ ત્રિ-સ્તરીય અર્ધન્યાયિક તંત્રની અધિક્રમ શ્રેણીમાં સૌથી નીચેની સંસ્થા છે.

દરેક જિલ્લા ફોરમ, -

→ પ્રમુખ; અને
→ બીજા બે સભ્યોથી

બનતું હોય છે.

પ્રમુખ જિલ્લા ન્યાયાધીશ બનવા માટે લાયક હોવો જોઇએ અથવા તે જિલ્લા ન્યાયાધીશ તરીકે રહી ચૂકેલો હોવો જોઇએ. બીજા બે સભ્યો ક્ષમતા, પ્રામાણિકતા અને સેવાભાવ ધરાવતી વ્યકિતઓ હોવા જોઇએ. તેઓ અર્થશાસ્ત્ર, કાયદો, વાણિજય, નામું, ઉદ્યોગ, જાહેર બાબતો અથવા વહીવટને લગતી પૂરતી જાણકારી અથવા અનુભવ અને આ ક્ષેત્રો સંબંધી સમસ્યાઓની તજવીજ કરવાની ક્ષમતા ધરાવતા હોવા જોઇએ.

જિલ્લા ફોરમને જે માલ, સેવા અને કોઇ વળતર માંગેલું હોય તેનું મૂલ્ય રૂ.વીસ લાખથી વધુ ન હોય તેવી ફરિયાદો હાથ ધરવાની હકૂમત હોય છે.

ફરિયાદ દાખલ કરવા બાબતઃ-

જેને કોઇ માલ વેચવામાં અથવા સોંપવામાં અથવા સોંપવાની કે વેચવાની કબૂલાત થઇ હોય અથવા જેને કોઇ સેવા પૂરી પાડવામાં આવી હોય અથવા સેવા પૂરી પાડવાની કબૂલાત થઇ હોય તેવા **"ગ્રાહક"** દ્વારા ફરિયાદ દાખલ થઇ શકશે. ફરિયાદ દાખલ કરવાના હેતુ માટે ગ્રાહકે ખરેખર માલ ખરીદેલો હોય અથવા માલની સોંપણી સ્વીકારેલી હોય અથવા ખરેખર સેવાઓ લીધેલી હોય તે જરૂરી નથી.

કોઇ માલ ખરીદવા માટે અથવા માલની સોંપણી સ્વીકારવા માટે અથવા કોઇ સેવાઓ મેળવવા માટે કોઇ કબૂલાત અથવા કરાર થયાં હોય તેટલું જ પૂરતું છે.

જેને માલ વેચવામાં અથવા સોંપવામાં આવ્યો હોય અથવા માલ વેચવાની કે સોંપવાની કબૂલાત થઇ હોય અથવા જેને સેવા પૂરી પાડેલી હોય અથવા સેવા પૂરી પાડવાની કબૂલાત થઇ હોય તે ગ્રાહક કોઇ માન્ય ગ્રાહક સંગઠનનો સભ્ય હોય કે ન હોય તો પણ માન્ય ગ્રાહક સંગઠન દ્વારા પણ ફરિયાદ દાખલ કરી શકશે. જયારે કોઇ ગ્રાહક સંસાધનોના અભાવે અથવા જાણકારીના અભાવે ગ્રાહક ફોરમમાં સંપર્ક કરી શકે એવી સ્થિતિમાં ન હોય તયારે કોઇ માન્ય ગ્રાહક સંગઠન આવા તમામ ગ્રાહકો વતી ફરિયાદ દાખલ કરી શકશે.

સમાન હિત ધરાવતા અસંખ્ય ગ્રાહકો હોય ત્યારે સામૂહિક પગલાથી એકાદ કે તેથી વધુ ગ્રાહકો આવી રીતે સમાન હિત ધરાવતા તમામ ગ્રાહકો વતી અથવા તેમના લાભ માટે ગ્રાહક ફોરમની પરવાનગીથી **"સામૂહિક કાર્યવાહી (Class Action)"** ફરિયાદ નોંધાવી શકે છે.

કેન્દ્ર સરકાર અથવા રાજય સરકાર પણ યોગ્ય ગ્રાહક ફોરમ સમક્ષ ફરિયાદ દાખલ કરી શકે છે.

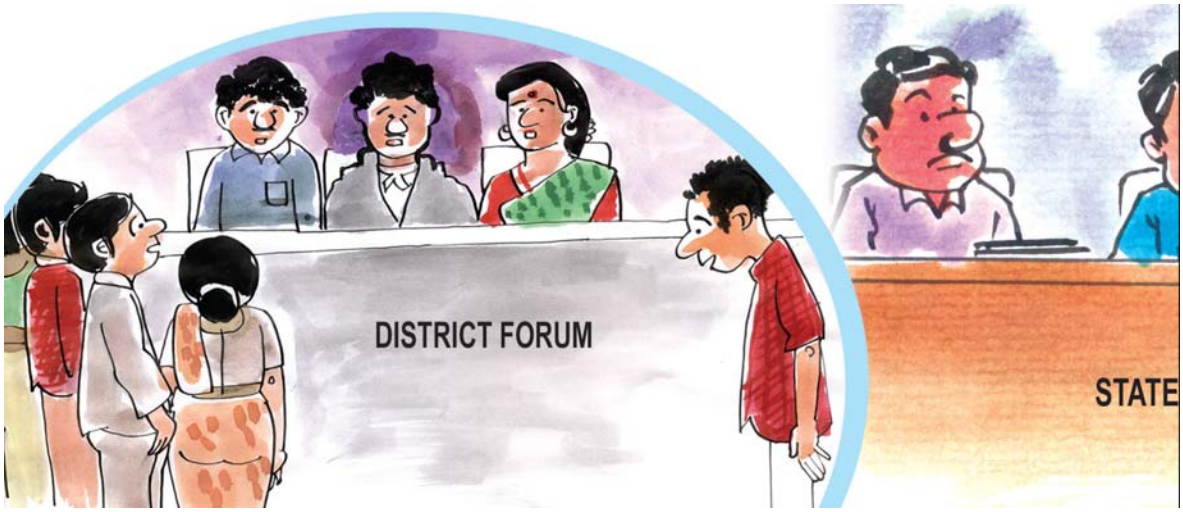
ફરિયાદનું વિષયવસ્તુઃ-

સામાન્ય રીતે ગ્રાહક ફોરમમાં દાખલ કરેલી ફરિયાદમાં, માલમાં હોય તેવી કથિત ખામી અથવા સેવામાં રહેલી કથિત ઊણપને લગતી તમામ માહિતી હોવી જોઇએ. તે ઉપરાંત, તેમાં –

૧) ફરિયાદીનું નામ સરનામું અને અન્ય માહિતી હોવી જોઇએ.
૨) વિરૂદ્ધના પક્ષકાર અથવા પ્રતિવાદીનું નામ સરનામું અને વિગતવર્ણન ખાતરી કરી શકાય તેટલા પ્રમાણમાં આપેલું હોવું જોઇએ.
૩) ખામી અથવા ઊણપના પ્રકાર, સ્થળ, સમય વગેરે સહિત ફરિયાદને લગતી હકીકતો; અને
૪) ફરિયાદી માગતો હોય તે દાદની વિગત

હોવી જોઇએ.

દરેક ફરિયાદની સાથે તેમાં કરેલા આક્ષેપોના સમર્થનમાં દસ્તાવેજો જોડેલા હોવા જોઇએ.



ફરિયાદ દાખલ કરવાની કાર્યરીતિઃ-

ફરિયાદ દાખલ કરતી વખતે અનુસરવાની કાર્યરીતિ ઘણી અનૌપચારિક છે, -

→ ગ્રાહકે પોતે અથવા તેનો અધિકૃત એજન્ટ રૂબરૂમાં અથવા ટપાલ દ્વારા દાખલ કરી શકે છે.

→ ફરિયાદમાં ફરિયાદી અથવા યથાપ્રસંગ, તેના અધિકૃત એજન્ટની સહી હોવી જોઇએ.

→ સન ૨૦૦૨ના સુધારા અધિનિયમ પહેલા કોઇ કોર્ટ ફી ચૂકવવાની જરૂરિયાત નહોતી.

→ તેમ છતાં, સન ૨૦૦૨ના સુધારા અધિનિયમથી એવી જોગવાઇ કરી છે કે દરેક ફરિયાદની સાથે ઠરાવેલી હોય તેટલી ફી જોડેલી હોવી જોઇએ.

→ સન ૨૦૦૨ના સુધારા અધિનિયમથી દાખલ કરેલો એક મહત્વનો ફેરફાર એ છે કે સામાન્ય રીતે ફરિયાદની ગ્રાહ્યતા આવી ફરિયાદ મળ્યાની તારીખથી એકવીસ(૨૧) દિવસની અંદર નકકી કરવાની રહેશે.

ફરિયાદ દાખલ કરવા માટેની મુદત મર્યાદાઃ-

જિલ્લા ફોરમ, રાજય આયોગ અથવા રાષ્ટ્રીય આયોગ સમક્ષ ફરિયાદ દાખલ કરવા માટેની મુદત મર્યાદા દાવાનું કારણ ઉપસ્થિત થતું હોય તે તારીખથી બે વર્ષની છે.

રાજય આયોગઃ-

"રાજય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ આયોગ" એ નામે ઓળખાતું રાજય આયોગ આ અધિનિયમ હેઠળ સ્થાપેલા ત્રિ-સ્તરીય અર્ધન્યાયિક તંત્રમાં અધિક્રમ શ્રેણીમાં બીજું સ્થાન ધરાવે છે.

રચનાઃ-

દરેક રાજય આયોગ એક પ્રમુખ અને બીજા બે સભ્યોનું બનેલું હોય છે.

પ્રમુખ, હાઇકોર્ટના જજ હોય અથવા તે તરીકે રહી ચૂકેલી હોય તેવી વ્યકિત હોવી જોઇએ.

આયોગના બીજા બે સભ્યો ક્ષમતા, પ્રમાણિકતા અને સેવાભાવ ધરાવતી વ્યકિત હોવી જોઇશે. તેઓ અર્થશાસ્ત્ર, કાયદો, વાણિજય, નામુ, ઉદ્યોગ, જાહેર બાબતો અથવા વહીવટને લગતી પૂરતી જાણકારી અથવા અનુભવ અને આ ક્ષેત્રો સંબંધી સમસ્યાઓની તજવીજ કરવાની ક્ષમતા ધરાવતા હોવા જોઇએ. આ બેમાંથી ઓછામાં ઓછો એક સભ્ય મહિલા હોવો જોઇશે.

રાજય આયોગની હકૂમતઃ-

અધિનિયમની બીજી જોગવાઇઓને અધીન રહીને, રાજય આયોગને, કોઇ માલ અથવા સેવાઓ અને કોઇ વળતર માગેલું હોય તેનું મૂલ્ય વીસ લાખ રૂપિયાથી વધુ હોય પણ રૂપિયા ૧ કરોડથી વધારે ન હોય તેવા કિસ્સામાં ફરિયાદો હાથ ધરવાની હકૂમત રહેશે.

રાષ્ટ્રીય આયોગઃ-

<u>સ્થાપનાઃ</u>

અધિનિયમ હેઠળ સ્થાપેલા ત્રિ-સ્તરીય અર્ધન્યાયિક તંત્રમાં રાષ્ટ્રીય આયોગ એ સર્વોચ્ચ ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમ છે.

રચનાઃ

રાષ્ટ્રીય આયોગ, -

૧) અધ્યક્ષ; અને

૨) બીજા ચાર સભ્યોથી

બનતું હોય છે, જેમની નિમણૂક કેન્દ્ર સરકાર દ્વારા કરવામાં આવે છે. અધ્યક્ષ સુપ્રીમકોર્ટના નિવૃત્ત ન્યાયાધીશ અથવા સેવારત ન્યાયાધીશ હોવા જોઇએ અને તેમની નિમણૂક ભારતના મુખ્ય ન્યાયમૂર્તિ સાથે વિચારવિનિમય કરીને કરવાની રહેશે.

માંડી શકાય તેવી ફરિયાદોઃ

ગ્રાહક જુદા જુદા પ્રકારની ફરિયાદો માટે નિવારણ માગી શકે છે. જો, -

→ વેપારીએ ગેરવાજબી અથવા નિયંત્રિત વેપારપ્રથા અપનાવેલી હોય,

→ ખરીદેલો માલ ખામીયુકત હોય,

→ કોઇ સેવા ખામીયુકત અથવા અન્ય કોઇ ઊણપ ધરાવતી હોય,

→ વેપારી નિર્ધારિત કિંમતથી વધુ કિંમત વસૂલ કરતો હોય અથવા માલ અથવા પેકેજ પર દર્શાવેલી કિંમત અથવા ભાવસૂચિ પર દર્શાવેલી કિંમતથી વધુ કિંમત વસૂલ કરતો હોય,

→ જીવન અને સલામતીને જોખમી હોય તેવો માલ વેચાણ માટે મૂકવામાં આવતો હોય,

→ જીવને જોખમી હોય તેવી સેવાઓ વેચાણ માટે મૂકવામાં આવતી હોય,

તો, ગ્રાહક, યોગ્ય ગ્રાહક ફોરમમાં અધિકાર માંડી શકે છે.

ગ્રાહકને મળવાપાત્ર ઉપચારોઃ-

તથ્ય હોય તેવી ફરિયાદના કિસ્સામાં, ગ્રાહક ફોરમ, વેપારીને, -

→ માલની ખામી દુર કરવાનો આદેશ આપી શકે છે.

→ આ જ પ્રકારની ખામી વગરનો માલ આપીને ખામીવાળો માલ પરત લેવાનો આદેશ આપી શકે છે.

→ ગ્રાહકે ચૂકવેલી કિંમત અથવા ચાર્જ પરત આપવા માટે આદેશ કરી શકે છે.

→ વળતર આપવાનો આદેશ કરી શકે છે.

→ સેવાઓમાંની ખામીઓ અથવા ઊણપો દૂર કરવાનો આદેશ આપી શકે છે.

→ ગેરવાજબી વેપારપ્રથા બંધ કરવાનો આદેશ આપી શકે છે.

→ જોખમી માલ વેચાણમાં ન મૂકવાનો આદેશ કરી શકે છે.

આ અધિકારને અસરકારક રીતે વાપરવા માટે વિવિધ કાયદાઓ અને તંત્રની જોગવાઇ કરવામાં આવી છે.

ગ્રાહકે તથ્ય હોય તેવી જ ફરિયાદો કરવી જોઇએ. નિવારણ મેળવવાની જવાબદારી ગ્રાહકની છે.

ગ્રાહકે પોતે અથવા ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે કામ કરતા સંગઠનો ગ્રાહનોનું શોષણ કરતા ખંધા વેપારીઓની સામે ફરિયાદો નોંધાવવા માટે આગળ આવવું જોઇએ.

સ્વાધ્યાયઃ

૧. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ હેઠળ સ્થપાયેલા ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમોના નામ આપો.

૨. ફરીયાદ કોણ નોંધાવી શકે ?

૩. ફરીયાદમાં કઇ કઇ વિગતો હોવી જોઇએ ?

૪. રાજય અને રાષ્ટ્રીય આયોગની હકૂમત જણાવો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ, -

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૧ – ક્ષેત્રીય મુલાકાત

- જિલ્લા ગ્રાહક તકરાર નિવારણ ફોરમની મુલાકાત લો.
- ફોરમની કાર્યવાહીનું અવલોકન કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૨ – કૃત્રિમ ગ્રાહક અદાલત

૧. પ્રમુખ

૨. સભ્ય

૩. મહિલા સભ્ય

૪. ગ્રાહક

૫. વિરૂદ્ધના પક્ષકાર

તરીકે કામ કરવા માટે પાંચ સભ્યો નકકી કરો.

- અદાલતનું દ્રશ્ય ગોઠવો.
- પ્રમુખ અને સભ્યોને હોદ્દાનુસાર ખુરશીમાં બેસાડવા,
- ગ્રાહકે ફરિયાદ કરવી.
- વિરૂદ્ધના પક્ષકારે ટિપ્પણી કરવી.
- પ્રમુખે ફેંસલો આપવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૩ – ગ્રાહક તકરારોનું વિશ્લેષણ

- કોઇપણ ગ્રાહક તકરાર એકત્ર કરો.
- વર્ગમાં તેની ચર્ચા કરો.
- સંભવિત/શકય ઉપચાર સૂચવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૪ – વર્તમાનપત્રની અખબારી નોંધો એકત્ર કરવી.

- ફોરમમાં નિર્ણય આપેલી અને દૈનિક વર્તમાનપત્રોમાં પ્રસિદ્ધ થયેલી ગ્રાહક તકરારો એકત્ર કરો.

અધ્યયનના પરિણામોઃ

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી, -

- **"નિવારણના અધિકાર"**ની સંકલ્પના સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.
- ગ્રાહક તકરાર ફોરમોના માળખા અને કામગીરી સમજવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.
- નિવારણ મેળવવા માટે પોતે પ્રેરિત બનીને બીજાને પ્રેરિત કરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

::

BIGBAZAR.COM
CONSUMER AWA
CONSUMER
CLUB

ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર

ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર એટલે સમગ્ર જીવન દરમિયાન માહિતગાર બનવા માટેની જાણકારી અને કૌશલ્યો મેળવવાનો અધિકાર. ગ્રાહક શિક્ષણ બૌદ્ધિક ગ્રાહક તરીકે નાગરિકોનો વિકાસ કરવા માટે જરૂરી જ્ઞાન પૂરૂ પાડે છે.

વધુ વિસ્તૃત અર્થમાં કહીએ તો, ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર એ ગ્રાહકની પસંદગીઓને પ્રતિકૂળ અસર થવાનો સંભવ હોય તેવા પર્યાવરણને લગતા તમામ વિકાસને જાણવાનો અને તેનાથી સાવચેત રહેવાનો ગ્રાહકનો અધિકાર. ગ્રાહક શિક્ષણ ઘણા બધા સ્ત્રોત ધરાવે છે અને શિક્ષણની જુદી જુદી પદ્ધતિઓ દ્વારા સમાજના વિવિધ વયજૂથ અને વિવિધ વર્ગોને સ્પર્શે છે.

ગ્રાહક શિક્ષણના મુખ્ય પ્રવાહમાં યુવાપેઢીની પહેલવૃત્તિ એ આજે ગ્રાહક સશકિતકરણની એક તાતી જરૂરિયાત છે. ખરીદીવૃત્તિની પરિચિત સૂઝથી શરૂ કરીને આધુનિક ઔદ્યોગિક અર્થતંત્રની આર્થિક અને સામાજિક શકયતાઓને સંપૂર્ણ સાકાર કરવાના સુધીની પ્રક્રિયા વચ્ચેનું કોઇપણ તત્વ એટલે ગ્રાહક શિક્ષણ. તે સમાજની અંદર પરિપકવ ગ્રાહકની ભૂમિકા ધારણ કરવા માટે લોકોને તૈયાર કરવાની પદ્ધતિ સુધારવા માટેની સંગઠિત ચળવળ છે.

ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકારમાં ગ્રાહક નિર્ણયોને અસર કરતા હોય તેવા પરિબળો પ્રત્યે પગલા લેવા માટે જરૂરી જ્ઞાન અને કૌશલ્યોના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે.

ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેયઃ-

ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેય, -

→ ગ્રાહક જાગૃતિ વધારવાનો છે.

→ આત્મવિશ્વાસ વધારવાનો છે.

→ નકકર નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરવાનો છે.

→ બજાર અર્થતંત્રમાં ગ્રાહકની ભૂમિકાનો ખ્યાલ આપવાનો છે.

→ ગ્રાહકોને પોતાના અધિકારો વાપરવામાં મદદ કરે તેવી વ્યવસ્થા સમજવાનો છે.

→ ગ્રાહકને શાણા ખરીદકર્તા બનવામાં મદદ કરવાનો છે.

→ સંસાધનોના વધુ સારા વ્યવસ્થાપક બનવામાં ગ્રાહકને મદદ કરવાનો છે.

→ ગ્રાહકને વધુ સારા ગ્રાહક નાગરિક બનવામાં મદદ કરવાનો છે.

પ્રથમ તબકકામાં, ગ્રાહક શિક્ષણથી ગ્રાહક સમસ્યાઓ હાથ ધરવાની પાયાની જાણકારી મળે છે.

બાળક બૌદ્ધિક નિર્ણયો લઇને કોઠાસૂઝ ધરાવતું ખરીદકર્તા બને છે અને આવી રીતે તે વિજ્ઞાપન અથવા સમજાવટનો શિકાર બનતું અટકે છે.

બીજું, ટેકનોલોજીને લગતા વિકાસના કારણે બજારમાં વિવિધ પ્રકારના માલ અને સેવાઓનો ગંજ ખડકાયો છે. તેથી ગ્રાહક પ્રોડકટ વિશે નિર્ણય કરવા માટેની પાયાની જાણકારી અને કૌશલ્યો ધરાવતો હોય તે અત્યંત મહત્વની બાબત છે. ગ્રાહક શિક્ષણ પ્રોડકટ વિશેનો નિર્ણય કરવાની જાણકારી અને કૌશલ્યો પૂરાં પાડે છે.

ત્રીજું, ગ્રાહક શિક્ષણ ગ્રાહકોને જવાબદાર નાગરિકના ઢાંચામાં ઢાળવામાં મદદરૂપ થાય છે. સંખ્યાબંધ માલ અને સેવાઓ ઉપલબ્ધ થવાથી ખરીદી વધુ મુશ્કેલ બને છે. ચીજવસ્તુઓ ખરીદવા માટેના બાહ્ય દબાણો સતત વધુને વધુ આધુનિક બનતા જાય છે અને તેને ખાળવા ખૂબ મુશ્કેલ છે. ગ્રાહક પોતાની ખરીદીની ટેવોમાં વધુ કોઠાસૂઝ ધરાવતો થાય, પોતાના હકો અને જવાબદારીઓ વિશે વધુ જાણકારી ધરાવતો થાય તે માત્રને માત્ર ગ્રાહક શિક્ષણથી જ શકય બને અને જરૂરિયાતમંદ લોકો સુધી ગ્રાહક શિક્ષણ પહોંચે તે જરૂરી છે.

ચોથું, **"ગ્રાહક દ્રષ્ટિ"**ના ખ્યાલનો એવો અર્થ થાય છે કે સુમાહિતગાર ગ્રાહક પોતાના વ્યકિતગત હિતની દ્રષ્ટિએ અને સમાજ તેમજ રાષ્ટ્રના વિશાળ હિતની દ્રષ્ટિએ નિર્ણાયક અને વિશ્લેષણાત્મક મૂલ્યાંકન કર્યા પછી જ પ્રોડકટ ખરીદે.

પાંચમું, ગ્રાહક શિક્ષણ બાળકને ગ્રાહક તરીકેના પોતાના અધિકારો અને ફરજો જણાવવામાં મદદરૂપ થાય છે. દેશના વિવિધ અધિનિયમો/કાયદાઓ હેઠળ જોગવાઇ કરેલા હોય તેવા અધિકારો અને ફરજોના ગ્રાહક શિક્ષણ મારફત ગ્રાહક જાગૃત બને છે.

છઠ્ઠું, ગ્રાહક શિક્ષણ વ્યકિતને આદર્શ ગ્રાહક બનવામાં મદદરૂપ થાય છે. આદર્શ ગ્રાહક પોતાને ખરેખર જરૂરી હોય તે જ ચીજવસ્તુ ખરીદે છે અને તે કોઇ દબાણ હેઠળ ખરીદી કરતો હોતો નથી. આદર્શ ગ્રાહક પોતાની જાતને છેતરાતા અટકાવે છે. તે પર્યાવરણ સાનુકૂળ ગ્રાહક તરીકે વર્તન કરે છે અને માન્ય હોય તેવા સ્ટોરમાંથી જ ખરીદી કરે છે.

ગ્રાહક શિક્ષણની વ્યાખ્યાઃ

જુદા જુદા લોકોને જુદી જુદી વસ્તુઓ એટલે ગ્રાહક શિક્ષણ. શિક્ષણવિદ્દની વિભાવના મુજબ ગ્રાહક શિક્ષણ એટલે **"ગ્રાહકને બજારમાં પોતાની ભૂમિકા અસરકારક રીતે ભજવવામાં મદદ કરે તેવા કૌશલ્યો અને જ્ઞાનનો વિકાસ".** આમ, ગ્રાહક શિક્ષણ એવી પ્રક્રિયા છે કે જેનાથી લોકો જટિલ, ટેકનોલોજિકલ સમાજમાં જવાબદાર ગ્રાહકો તરીકે કામ કરવા માટે સુસજ્જ બને છે. ગ્રાહક શિક્ષણ એક એવી પ્રક્રિયા છે કે જેનાથી બજારમાં નિર્ણય પ્રક્રિયાઓનો સંગીન વિકાસ થાય છે, લોકોને પોતાના અધિકારો અને જવાબદારીઓ ઓળખવા મળે છે. તેમજ સમાજ, અર્થતંત્ર અને પર્યાવરણ પર ગ્રાહક નિર્ણયની સંચિત અસર સમજવામાં મદદરૂપ થાય છે.

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો **"ગ્રાહક શિક્ષણનો ધ્યેય લોકોને સુસંગત મુકત અને કોઇપણ દબાણ વગર પ્રોડકટ પસંદ કરવાની ક્ષમતા અને પોતાની જરૂરિયાત પ્રત્યે સભાન બનાવીને જાણકાર અને બૌદ્ધિક ગ્રાહકો બનવામાં લોકોને કેળવણી આપવાનો છે. જેના થકી આખરે ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને ઇચ્છાઓને અનુરૂપ બને તેવી સ્વસ્થ, અસરકારક અને આર્થિક સ્પર્ધાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે".**

→ પ્રથમ તો, ગ્રાહક શિક્ષણ વ્યકિતને પ્રબુદ્ધ બનવા માટેની જાણકારી, અભિગમ અને કૌશલ્યો પૂરા પાડે છે.

→ બીજું, તેનાથી નૈતિક અને પર્યાવરણીય વિવેકબુદ્ધિથી પ્રોડકટો અને સેવાઓની વપરાશ કરવા માટે વિદ્યાર્થીઓનું સંસ્કરણ થાય છે.

→ ત્રીજું, પ્રોડકટો અને સેવાઓનો વપરાશ કરતી વખતે વિદ્યાર્થીઓને પોતાના અધિકારો અને ફરજો જાણવામાં મદદરૂપ થાય છે.

→ ચોથું, તેનાથી વિદ્યાર્થીઓને એવી પણ સમજ આવે છે કે કોઇ વપરાશ કે ઉપયોગ માલ પૂરતો જ મર્યાદિત નથી હોતો પરંતુ સેવાઓ પણ વપરાશનો એક ભાગ છે.

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ગ્રાહક શિક્ષણની આવશ્યક જાગૃતિ અને જીવન કૌશલ્યોનો વિકાસ થાય છે. જેનું આપણા સમાજનાં વધુ સારા ભાવિના નિર્માણમાં સંસ્કરણ થાય છે.

ગ્રાહક શિક્ષણમાં નીચેની બાબતો કેન્દ્રસ્થાને હોવી જોઇએઃ-

→ આરોગ્ય, પોષણ, આહારજન્ય રોગો અને ખોરાક ભેળસેળનું નિવારણ.
→ પ્રોડકટના જોખમો.
→ પ્રોડકટની લેબલ પ્રક્રિયા.
→ સંબંધિત, નિવારણ મેળવવાની પદ્ધતિ અને ગ્રાહક સુરક્ષા માટેની એજન્સીઓ અને સંસ્થાઓ.
→ તોલમાપ, કિંમત, ગુણવત્તા, વિશ્વસનીયતાની સ્થિતિ અને પાયાની જરૂરિયાતોની ઉપલબ્યતાને લગતી માહિતી, અને
→ પ્રદૂષણ અને પર્યાવરણ.

અધિકારના લાભઃ-

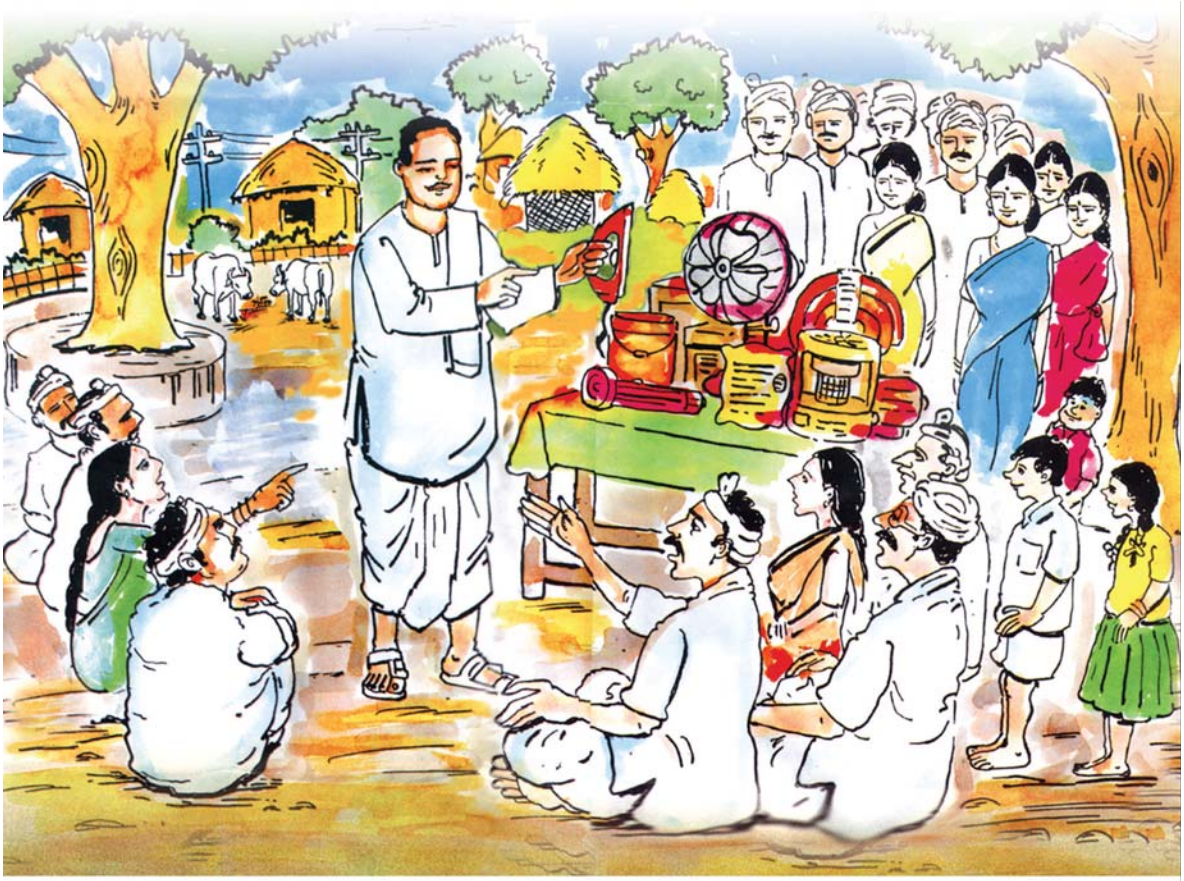
અધિકારોથી નીચેની બાબતોને ઉત્તેજન મળે છેઃ-

→ સમગ્ર જીવન દરમિયાન માહિતગાર ગ્રાહક બનવા માટે જ્ઞાન અને કૌશલ્યો પ્રાપ્ત કરવા.
→ નિર્ણાયક વિચારસરણી
→ જીવન કૌશલ્યો.
→ ગ્રાહકોનું અજ્ઞાન જે મોટે ભાગે તેમના શોષણ બદલ જવાબદાર બને છે તેને લગતી સમજમાં સુધારણા.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકારની જોગવાઇ કરી છે. તેથી, ગ્રાહકોને તેમના અધિકારથી માહિતગાર કરવાની સરકારની ફરજ બને છે.

ગ્રાહક શિક્ષણ ગ્રાહકને છેતરપિંડીયુકત અને ભ્રામક માહિતીઓ તેમજ અન્ય પ્રથાઓથી પોતાની જાતને બચાવવામાં મદદરૂપ થાય છે.

ગ્રાહક શિક્ષણ માલની કિંમત અને તેની ગુણવત્તા વિશે પ્રશ્નો પૂછવાની તકેદારી અને ક્ષમતા પૂરી પાડે છે. ગ્રાહક શિક્ષણનો અધિકાર બીજા ગ્રાહક અધિકારોના ઉપયોગ કરવા માટેનું મહત્વનું સાધન છે. તેથી ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકારને પૂરતું મહત્વ આપવું જોઇએ.



સ્વાધ્યાય

૧. ગ્રાહક શિક્ષણ શું છે ?

૨. ગ્રાહક શિક્ષણના ધ્યેય અને ઉદ્દેશો સમજાવો.

૩. ગ્રાહક શિક્ષણના લાભની યાદી બનાવો.

૪. ગ્રાહક શિક્ષણ શા માટે આવશ્યક છે ?

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ, -

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૧ – ગ્રાહક શોષણ

- ગ્રાહકનું શોષણ થતું હોય તેવી પરિસ્થિતિઓની યાદી બનાવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૨ – શૈક્ષણિક કાર્યક્રમ

- વર્ગને ચાર જૂથમાં વહેંચો.
- દરેક જૂથને નીચે પૈકીનો કોઇ પણ એક વિષય પસંદ કરવાનું કહો.
  - ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનો
  - ખોટા તોલમાપ
  - વળતર (ડિસ્કાઉન્ટ) ધરાવતા વેચાણ
  - ખોરાક ભેળસેળ
- તમારા શિક્ષકની મદદથી શૈક્ષણિક કાર્યક્રમનું આયોજન કરો.
- વર્ગમાં નિર્દશન રાખો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૩ – દ્રશ્ય સાધનો

- ગ્રાહક શિક્ષણના ઉદ્દેશો પર ફ્લીપચાર્ટ તૈયાર કરવો.
- ગ્રાહક શિક્ષણના મહત્વ પર ભીંતપત્ર તૈયાર કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૪ – ચર્ચા

- શાળાઓમાં **"ગ્રાહક મંડળોના ફાયદા અને ગેરફાયદા"** પર ચર્ચાનું આયોજન કરો.

અધ્યયનના પરિણામઃ

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની ટેવો કેળવવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧) ગ્રાહકોને શિક્ષણ આપવામાં સક્રિય ભાગ લેવો.

૨) ગ્રાહક શોષણના બનાવોનું વિશ્લેષણ કરીને સમયસર પગલાં લેવા.

૩) પર્યાવરણ સાનુકૂળ નિર્ણયોમાં કૌશલ્યો, મૂલ્ય અને વલણો વિકસાવીને યોગદાન આપવું.

૪) બજારમાં પોતાની યોગ્ય રીતે ભૂમિકા ભજવવા માટે તીવ્ર સૂઝ અને જીવન કૌશલ્યો વિકસાવવા.

:::::::::::::::::::::::::::::::::::::::

KAMINENI HOSPITAL
SARASWATHI MODEL SCHOOL

મૂળભૂત જરૂરિયાતોનો અધિકારઃ

મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકારથી ગ્રાહકોને જરૂરી મૂળભૂત માલ અને સેવાઓ સુનિશ્ચિત થાય છે જેનાથી જીવનની ખાતરી મળે છે. તેમાં પૂરતાં ખોરાક, વસ્ત્રો, આશ્રય, આરોગ્ય સંભાળ, ઉત્તમ જીવન જીવવા માટે શિક્ષણ અને સ્વચ્છતાનો સમાવેશ થાય છે. મૂળભૂત જરૂરિયાતોના સંતોષનો અધિકાર જુદા જુદા સમાજ અને જુદા જુદા દેશો માટે જુદો જુદો અર્થ ધરાવે છે.

વિકસતા વિશ્વના દેશોમાં, ગ્રાહકની મૂળભૂત જરૂરિયાતોનું અર્થઘટન પૂરતા ખોરાક, કપડાં અને આશ્રય તરીકે કરવામાં આવશે જયારે અમેરિકા કે યુરોપ ખંડના કિસ્સામાં ગ્રાહકની મૂળભૂત જરૂરિયાતોનું અર્થઘટન વાજબી ગુણવત્તાવાળા ગ્રાહક માલ અથવા ઝડપી, સુનિશ્ચિત અને જવાબદાર સેવાઓ તરીકે કરવામાં આવશે. વિસ્તૃત અર્થમાં કહીએ તો,

→ દરેક ગ્રાહકને ગરિમાયુકત જીવનની ખાતરી આપે તેવી મૂળભૂત જરૂરિયાતો અને સેવાઓનો અધિકાર છે.

→ મૂળભૂત જરૂરિયાતોમાં પૂરતો ખોરાક, વસ્ત્રો, આશ્રય, આરોગ્ય સંભાળ, પીવાના પાણી, શિક્ષણ, સ્વચ્છતા, ઊર્જા અને પરિવહનનો સમાવેશ થાય છે.

ટૂંકમાં કહીએ તો, ગ્રાહકને ગરિમાયુકત જીવનની ખાતરી મળવી જોઇએ. પોતાનું જીવન ઉત્તમ રીતે જીવવા માટે જરૂરી હોય તેવી ચીજવસ્તુઓ અને સેવાઓ તેને સુલભ બનવી જોઇએ. ગ્રાહક, -

→ પૂરતો, સારો અને ભેળસેળ વગરનો ખોરાક ધરાવતો જોઇએ.
→ વસ્ત્રો ધરાવતો હોવો જોઇએ.
→ આશ્રય ધરાવતો હોવો જોઇએ.
→ જીવવા માટે આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણ ધરાવતો હોવો જોઇએ.
→ નીચેની સેવાઓ તેને સુલભ હોવી જોઇએ:-
  → પરિવહન
  → તબીબી સારવાર
  → સુરક્ષા
  → શિક્ષણ
  → પીવાનું પાણી
  → વીજળી
  → સંચાર
  → સ્વચ્છતા
  → ઇંધણ
→ જાહેર અને ખાનગી બંને સંસ્થાઓના સર્વિસ પ્રોવાઇડરોની
→ ઉત્પાદકોની
→ બજાર સાથે સંકળાયેલા વેપારીઓની
→ બજાર સાથે સંકળાયેલી મધ્યસ્થ વ્યકિતઓની

ફરજ છે કે ગ્રાહકોની મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકારની સુરક્ષા થાય તેવી ખાતરી કરવી.

સર્વિસ પ્રોવાઇડરોની ફરજો.

જાહેર કે ખાનગી કોઇપણ સર્વિસ પ્રોવાઇડરો તરફથી વપરાશકર્તાઓની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે. તેઓ એટલા સભાન હોવા જોઇએ કે ગ્રાહકો સેવાઓ મેળવવા માટે જે પૈસા ખર્ચે છે તેનો તેમને સંપૂર્ણ સંતોષ મળે.

→ ગ્રાહક સંતોષને ટોચઅગ્રતા આપવી જોઇએ.

→ સર્વિસ પ્રોવાઇડરો સજાગ હોવા જોઇએ.

→ તેમણે ગ્રાહકોના આરોગ્ય અને સલામતી સુનિશ્ચિત કરવી જોઇએ.

→ ગ્રાહકોને મળતો પુરવઠો સતત અને અવિરત હોવો જોઇએ.

મૂળભૂત જરૂરિયાતોનો અમલ કરાવવાના ઉપાયો.

નીચે પૈકીના ઉપચારો અપનાવી શકાયઃ-

→ સલામતી ધોરણો, ખોરાકના માપદંડો અને આહાર જરૂરિયાતો સહિત સલામતી ઉપાયો, તેનું અસરકારક દેખરેખનિયમન, નિરીક્ષણ અને મૂલ્યાંકન વ્યવસ્થાતંત્ર.

→ ખોરાક અને કૃષિ સંગઠન **(Food and Agricultural Organization – FAO),** વિશ્વ આરોગ્ય સંસ્થા **(WHO) CODEX** એલિમેન્ટેરિયસના આહાર ધોરણો અથવા સામાન્ય રીતે સ્વીકૃત એવા આંતરરાષ્ટ્રીય આહાર ધોરણો અપનાવવા.

→ સંકલિત રાષ્ટ્રીય ઔષધનીતિઓ મારફત ઔષધિય બનાવટોની ગુણવત્તાની સુધારણા કરવી અને તેના યોગ્ય ઉપયોગ અપનાવવા.

→ વિશ્વ આરોગ્ય સંસ્થા **(WHO)**ની સંબંધિત કામગીરી અને તેની ભલામણોને વિચારણામાં લઇને વિતરણ લાયસન્સ વ્યવસ્થાઓ, નોંધણીપ્રથા અને ઔષધીય બનાવટોને લગતી વિશ્વસનીય માહિતીની ઉપલભ્યતાને લગતી રાષ્ટ્રીય ઔષધ નીતિઓ વિકસાવવી.

→ પીવાના પાણીના પુરવઠા, વિતરણ અને ગુણવત્તાની સુધારણા માટેની રાષ્ટ્રીય નીતિઓ ઘડવી, નિભાવવી અને તેને સુદ્રઢ બનાવવી.

હકીકતમાં, ઉત્તમ અને સ્વસ્થ જીવન મેળવવાનો દરેક નાગરિકનો અધિકાર છે. સરકારે પોતાના લોકોની મૂળભૂત જરૂરિયાતોને સુનિશ્ચિત કરવા માટેના યોગ્ય પગલા લેવા જોઇએ. કલ્યાણ કાર્યક્રમોનો ધ્યેય એવો હોવો જોઇએ કે નાગરિકોને તેમની મૂળભૂત જરૂરિયાતો અનુસાર જોગવાઇ થઇ શકે.

સ્વાધ્યાયઃ

૧. મૂળભૂત જરૂરિયાતો એટલે શું ?

૨. મધ્યમ આવક ધરાવતા પરિવારને જરૂર પડતી હોય તેવી સેવાઓની યાદી બનાવો.

૩. લોકોને મૂળભૂત જરૂરિયાતો સુનિશ્ચિત કરવામાં સરકારની ભૂમિકાનું વર્ણન કરો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ, -

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૧ –

- સલામતી જરૂરિયાતો, સવલતો અને સુખસુવિધાઓ માટે જરૂરી હોય તેમજ આરામદાયક જીવન જીવવા માટે જરૂરી હોય તેવા માલ અને સેવાઓની યાદી બનાવો.
- ઉપરની યાદીમાંથી નીચેની બાબતોનો ભેદ દર્શાવો.

  - આવશ્યક માલ અને સેવાઓ

  - આવશ્યક ન હોય પણ ઇચ્છિત હોય તેવા માલ અને સેવાઓ.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૨ – સર્વિસ પ્રોવાઇડરો

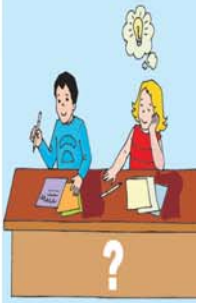
- ઉપરની બંને યાદીઓમાંથી તેના સર્વિસ પ્રોવાઇડરો નકકી કરવા.
- આરામદાયક જીવન જીવવા માટે સર્વિસ પ્રોવાઇડરો તરફથી તમારી જે અપેક્ષાઓ હોય તેવી યાદી બનાવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૩ – જૂથ ચર્ચા

- સમય વિતવાની સાથે માનવીની મૂળભૂત જરૂરિયાતો કઇ રીતે બદલાય છે તે અંગે જૂથમાં ચર્ચા કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૪ – નિબંધ લેખન

- **"વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીમાં થયેલો વિકાસ અને માનવીની મૂળભૂત જરૂરિયાતો પર તેની અસર"** તે વિષય પર નિબંધ લેખન સ્પર્ધાનું આયોજન કરો.



અધ્યયન પરિણામોઃ

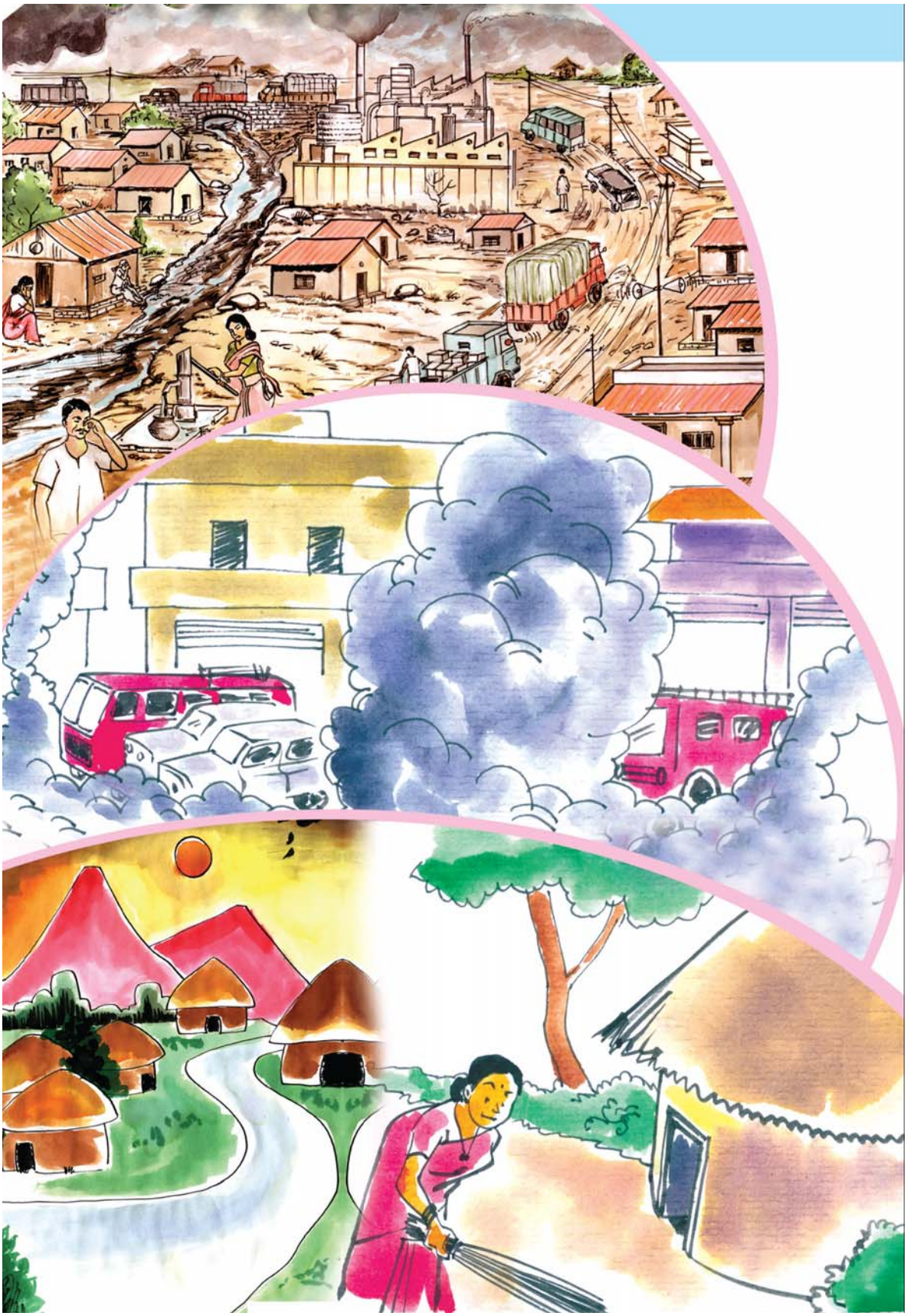
વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧) **"મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકાર"**ની વિભાવના સમજવી.

૨) બજાર સાથે સંકળાયેલી ચાવીરૂપ વ્યક્તિઓને ઓળખવી

૩) જુદા જુદા પ્રકારના અર્થતંત્રો વિશેની જાણકારી મેળવવી.

૪) કુટુંબના જીવન પર સામાજિક અને આર્થિક પરિબળોની અસર વિશેની સમજ મેળવવી.



આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનો અધિકાર

આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણ એટલે જીવનની ગુણવત્તામાં વૃદ્ધિ થાય તેવા ભૌતિક પર્યાવરણનો અધિકાર તેમાં માનવીનું જીવન પર કોઇ નિયંત્રણ ન હોય તેવા પર્યાવરણીય જોખમોની સામેની સુરક્ષાનો સમાવેશ થાય છે.

તેનાથી સાંપ્રત અને ભાવિ પેઢીઓ માટેના પર્યાવરણની સુરક્ષા કરવાની અને તેની સુધારણા કરવાની જરૂરિયાતનો પરિચય મળે છે.

હકીકતમાં આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકારમાં માનવીને તેના જીવનના દરેક પાસામાં હોવા જોઇએ તેવા તમામ અધિકારોનો સૂચિતાર્થ રહેલો છે. પાણી, હવા, જમીન અને ધ્વનિપ્રદૂષણના જોખમ વગરના આરોગ્યપ્રદ જીવન જીવવાનો લગતો આ અધિકાર છે. આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણમાં વૈશ્વિક અને સ્થાનિક પર્યાવરણીય પરિસ્થિતિઓનો સમાવેશ થાય છે.

પ્રદૂષિત ભૂપૃષ્ઠ જળપુરવઠો અથવા સ્થાનિક ધોરણે ઝેરી વાયુઓ ધરાવતી હવાને કારણે ઓઝોન ક્ષય, વૈશ્વિક ઉષ્ણતામાન **(Global Warming)** અને ઝેરી કચરામાં થતો સતત વધારો આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકારના ઉલ્લંઘન સમાન છે.

તાજેતરમાં ગ્રાહકો માટેના આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અસ્થાયી વિકાસ અને નિરંકુશ વૃદ્ધિને લીધે કુદરતી આપત્તિઓની ઘટનાઓમાં સતત વધારો થતો રહ્યો છે. ગ્રાહકો હવે સલામત અને કુદરતી જીવનની માગણી કરી રહ્યા છે.

→ ગ્રાહકોને ભયજનક અથવા જોખમી ન હોય તેવા પણ ઉત્તમ અને સુખદાયી જીવન જીવી શકાય તેવા પર્યાવરણમાં જીવવાનો અને કામ કરવાનો અધિકાર છે.

→ તેમને પર્યાવરણીય જોખમો અથવા હવા, જમીન અને પાણીના પ્રદૂષણની માઠી અસરોની સામે સુરક્ષા મળવી જોઇએ.

ગ્રાહકની જવાબદારી.

આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણનું નિર્માણ કરવું તે ગ્રાહકની જવાબદારી છે. ગ્રાહકોની વપરાશ પધ્ધતિથી માલના ઉત્પાદન પર અસર પડી શકે છે. અમુક ચોકકસ વર્ગના ગ્રાહકો પ્રાકૃતિક સંસાધનોનો જે રીતે બગાડયુકત વપરાશ કરતા હોય છે તેનાથી ચોકકસ ક્ષેત્રોના પ્રાકૃતિક પર્યાવરણ પર નકારાત્મક અસર હોય છે. ઉદાહરણ તરીકે, શહેરી વિસ્તારોમાં લાકડાંનો ઉપયોગ નિર્વનીકરણ સાથે સીધો સંબંધ ધરાવે છે.

ઉદ્યોગો અને શહેરી ગ્રાહકો દ્વારા ઊર્જાનો અતિશય ઉપયોગ પર્વતીય વિસ્તારોમાં મોટા પાયે બંધો બાંધવાના કારણરૂપ બને છે.

બિનજૈવનાશવંત ગ્રાહક પ્રોડકટોનો વપરાશ ઘટાડવો, તેનો ફેરઉપયોગ કરવો, તેની પુનઃ પ્રક્રિયા કરવી અને શકય હોય તો તેનો વપરાશ નિવારવો ખૂબ જરૂરી છે. જવાબદાર ગ્રાહકે પર્યાવરણ સાનુકૂળ હોય તેવી પ્રોડકટો તરફ વળવું જોઇએ. ગ્રાહકે માનવી અને પર્યાવરણના આંતરઅવલંબનનો આદર કરવો જોઇએ અને પ્રાકૃતિક સંસાધનો પ્રત્યે શોષણાત્મક અથવા બગાડયુકત વલણ ન ધરાવવું જોઇએ.

અધિકારનો ઉપયોગ કઇ રીતે કરવો

→ ગ્રાહકોએ બિનજૈવનાશવંત ગ્રાહક પ્રોડકટોનો ઉપયોગ વ્યકિતગત અને સામૂહિક રીતે બંધ કરવો જોઇએ.

→ બગાડયુકત વપરાશ ઘટાડવો જોઇએ.

→ પ્રાકૃતિક સંસાધનોનું જતન કરવું જોઇએ.

→ પુનઃ પ્રક્રિયા થઇ શકે તેવી પ્રોડકટોના ઉત્પાદનને ઉત્તેજન આપવું જોઇએ.

શબ્દોઃ

- પ્રદુષણ
- પ્રદૂષકો
- જૈવનાશવંત પ્રોડકટો
- બિનજૈવનાશવંત પ્રોડકટો
- ગ્રીન હાઉસ ઇફેકટ
- ઓઝોન સ્તર

સ્વાધ્યાયઃ

૧. પર્યાવરણ એટલે શું ?

૨. ગ્રાહકોના આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકાર વિશે સમજાવો.

૩. પર્યાવરણની અવનતિમાં ફાળો આપતા પરિબળોની યાદી બનાવો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૧ – પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ પ્રોડકટો

✦ તમે દરરોજ જેનો ઉપયોગ કરતાં હોય તેવી પ્રોડકટોની યાદી બનાવો.

✦ પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ પ્રોડકટો અને પરિસ્થિતિ બિનસાનુકૂળ પ્રોડકટો નકકી કરો.

✦ પરિસ્થિતિને સાનુકૂળ ન હોય તેવી પ્રોડકટોની વૈકલ્પિક પ્રોડકટો શોધી કાઢો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૨ – ચર્ચા કરો

✦ વિકાસકીય પ્રવૃત્તિઓ અને પર્યાવરણ પર તેની અસરોના વિષય પર ચર્ચાનું આયોજન કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૩ – પ્રદર્શન

✦ પ્રદૂષણ નિયંત્રણ બોર્ડની મદદથી પ્રદર્શન ગોઠવો.

પ્રદર્શનની વિષયવસ્તુ

✦ પર્યાવરણની સુરક્ષા માટેની જરૂરિયાત

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૪ – દ્રશ્ય સાધનો (Flash Cards) ફલેશ કાર્ડસ

✦ પર્યાવરણ સંરક્ષણમાં બાળકોને તેમની ભૂમિકા પર શિક્ષણ આપવા માટેની ફલેશ કાર્ડ સ્ટોરી બનાવો.

✦ હવા, પાણી અને ધ્વનિપ્રદૂષણની હાનિકારક અસરો દર્શાવતો ફલીપ ચાર્ટ તૈયાર કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ૫ – ક્ષેત્રીય મુલાકાત

✦ ઉદ્યોગોને લીધે થતા પ્રદૂષણનું અવલોકન કરવા માટે નજીકના ઔદ્યોગીક વિસ્તારની ક્ષેત્રીય મુલાકાત ગોઠવો.

અધ્યયનના પરિણામોઃ

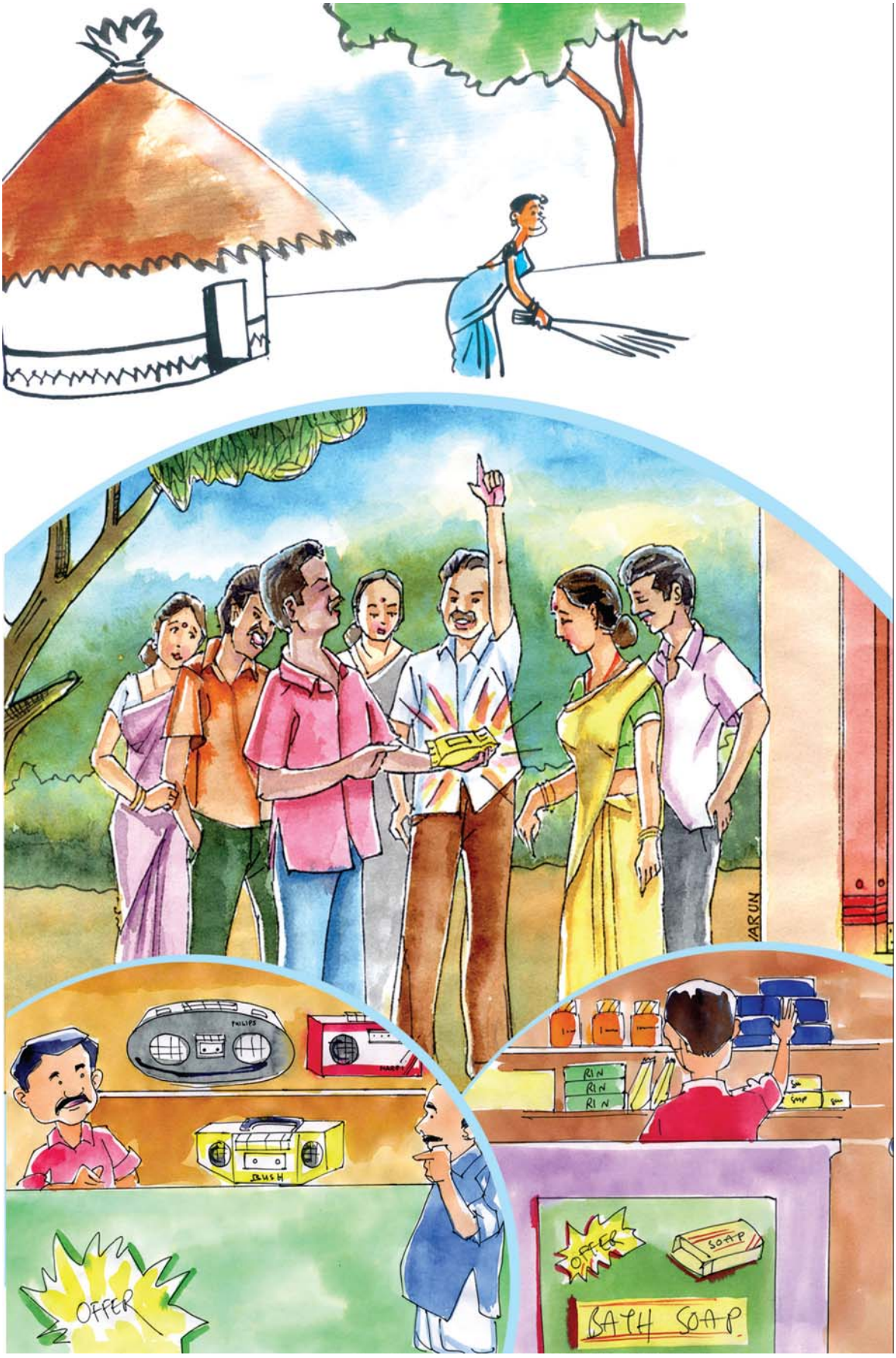
વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચે મુજબની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧) પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ વલણ વિકસાવવું.

૨) પર્યાવરણ પર હાનિકારક અસર ન થતી હોય તેવી ટેવો કેળવવી.

૩) પરિસ્થિતિ સાનુકૂળ ન હોય તેવી પ્રોડકટોના ઉત્પાદન અને વપરાશને ઘટાડવું.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::


PHILIPS
BUSH
OFFER
RIN
RIN
RIN
OFFER
SOAP
BATH SOAP

ગ્રાહકની જવાબદારીઓ

ગ્રાહક એક નાગરિક છે. ગ્રાહક તરીકે, તેની પ્રવૃત્તિઓ અને પારસ્પરિકતાઓની શ્રેણી તેના ઘરથી શરૂ થઇને બજાર સુધીની વ્યાપેલી હોય છે. પરંતુ નાગરિક તરીકે, તેની પ્રવૃત્તિનું ક્ષેત્ર તે પોતાના અંગત વપરાશ માટે બજારમાંથી પોતાના ઘરે શું લઇને જાય છે તેટલા પૂરતું જ નહિ; પરંતુ બદલામાં તે પોતે સમાજને અને પર્યાવરણને શું આપી શકે છે તેને પણ આવરી લેવા સુધી વિસ્તરતું હોય છે.

આમાં માત્ર ક્રિયાનો જ નહીં પરંતુ અમુક સ્થાપિત અથવા સ્વીકૃત રીતે વર્તન નહીં કરવાના નિર્ણયનો પણ સમાવેશ થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે બજારની ચીજવસ્તુઓના વપરાશકર્તા તરીકે તેણે કચરાના નિકાલની આંશિક જવાબદારી લેવાની હોય છે. પ્રાકૃતિક સંસાધનોના વપરાશકર્તા તરીકે તેનું જતન કરવાની તે ઓછી કાળજી રાખે છે.

નાગરિક તરીકે જવાબદારી ધરાવવાની અને તે અનુસાર વર્તવાની ગ્રાહકની જવાબદારી હોય છે.

જ્યારે ગ્રાહક જાગૃત અને સાવચેત નાગરિક તરીકે પોતાની જવાબદારી ધારણ કરે ત્યારે જ સમાજ પ્રત્યેની તેની જવાબદારી પરિપૂર્ણ થાય. પર્યાવરણ અત્યંત નાજુક હોય છે અને પર્યાવરણની માવજત દરેક પેઢીએ ખૂબ સંભાળપૂર્વક કરવાની હોય છે. એવી જ રીતે પ્રાકૃતિક સંસાધનો અને રાષ્ટ્રીય સંસાધનોનું જતન તેની મોટી જવાબદારી છે.

આમ કરવાથી ભાવિ પેઢીઓને ઘણોબધો લાભ થઇ શકે. વૈશ્વિક નાગરિક તરીકેની ગ્રાહકની જવાબદારીમાં માત્ર પર્યાવરણની માવજત માટેની જ નહીં પરંતુ તેને નુકસાન થયેલું હોય તે વાળી આપવા માટેની વિચારસરણી અને વર્તનનો સમાવેશ થાય છે.

જે, -

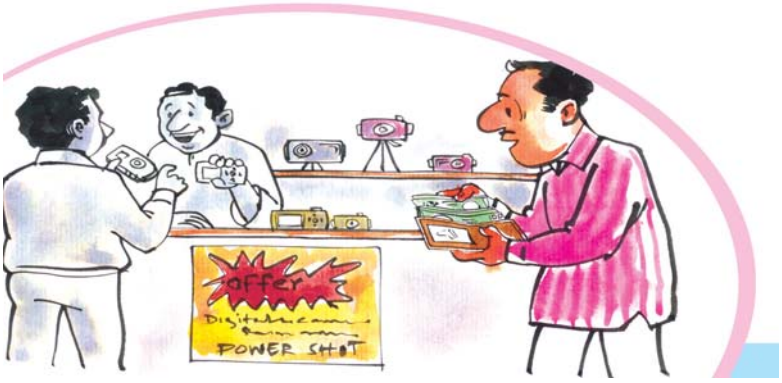
→ માલ અથવા સેવાઓની ખરીદી પર પોતે ખર્ચેલા નાણાનું મૂલ્ય સુનિશ્ચિત કરે;

→ સાથી ગ્રાહકોને તેમના અધિકારો અને જવાબદારીઓ પ્રત્યે જાગૃત બનાવે

→ પોતાની કોઇ કામગીરી અથવા પસંદગીથી અન્ય સાથી ગ્રાહકોના અધિકારો અને જવાબદારીઓ ને કોઇ પ્રતિકૂળ અસર ન થાય તેવી કાળજી રાખે;

→ સ્વાર્થવૃત્તિથી અથવા ટૂંકાગાળાનો આનંદ કે નફો મેળવવા માટે વર્તન ન કરે.

તેને જવાબદાર ગ્રાહક કહેવાય.



ગ્રાહકની જવાબદારીઓના ઘટકોમાં નીચેનો સમાવેશ થાય છેઃ-

→ પોતાની વપરાશપ્રથાને નિયંત્રણમાં રાખવાની શકિત અને ક્ષમતા ઓળખવી.

→ પર્યાવરણ સાનુકૂળ જીવનશૈલી અથવા તો **"ગ્રીન કન્ઝયુમર લાઇફસ્ટાઇલ"** તરીકે ઓળખાતી જીવનશૈલીનું નિર્માણ કરવું.

→ વ્યકિતના કાર્યો અને ખરીદી નિર્ણયો માટેની જવાબદારીની જાગૃતિ.
→ તાર્કિક વિચારો માટેની ક્ષમતા.
→ ઉદ્યોગો અને ધંધા વ્યવસાયોની પ્રવૃત્તિઓ પર પ્રહરી તરીકે કામ કરવું.
→ પ્રોકડટોના ધોરણો અને ગુણવત્તાનો આગ્રહ રાખવો.

અસરકારક ગ્રાહક બનવા માટે અને યોગ્ય ગ્રાહક પસંદગી કરવા માટે વ્યકિત જાણકાર અને સક્ષમ હોવી જોઇએ. બજાર પર ગ્રાહક હસ્તક્ષેપની ઘણીબધી અસર હોય છે. તેથી, ગ્રાહકે જવાબદારીપૂર્વક વર્તન કરવું જોઇએ.

ગ્રાહકે,-

→ બજારમાં સજાગ રહેવું જોઇએ.
→ હંમેશા તોલમાપની ખરાઇ કરવી જોઇએ.
→ ઉત્પાદનની તારીખ અને વસ્તુના ઉપયોગની મુદત પૂરી થતી તારીખ વિશે સાવધ રહેવું જોઇએ.
→ કિંમતના લેબલ અને પ્રોડકટમાંના તત્વોની જાણકારી આપતાં સમગ્ર લેબલનું ઝીણવટપૂર્વક અવલોકન કરવું જોઇએ.
→ ISI, AGmark, ECOmark જેવા માનકચિહ્નો ચકાસવા જોઇએ.
→ ખરીદી કરતાં પહેલાં વોરંટી અને ગેરંટીની બોલીઓ અને શરતો જોવી જોઇએ.
→ બજારમાં થતી લેવડ-દેવડ દરમિયાન પોતાના નાણાનું મૂલ્ય મેળવતી વખતે પોતાના ગ્રાહક અધિકારોની નિંદા કરવાને બદલે અધિકારોને સમર્થન આપવું જોઇએ.
→ પ્રશ્નો કેવા અને કયારે પૂછવા તેની જાણકારી મેળવવી જોઇએ.

ગ્રાહક જવાબદારીઓ

જવાબદાર ગ્રાહકે ગ્રાહક સુરક્ષામાં સક્રિય ભાગ લેવો જોઇએ. ગ્રાહક સંગઠનોની વિશ્વસ્તરીય સંસ્થા – **કન્ઝ્યુમર ઇન્ટરનેશનલ** દ્વારા નીચેની ગ્રાહક જવાબદારીઓ નકકી કરવામાં આવી છેઃ-

વિવેકબુદ્ધિયુકત જાગૃતિઃ-

જાગૃત ગ્રાહકે,-

→ માલ અને સેવાઓ પ્રત્યે જાગૃત બનીને પ્રશ્નો પૂછવાના હોય છે.

→ પ્રોડકટ અને સેવાઓ લગતા અતિશયોકિતભર્યા દાવાઓના ચાલાકીયુકત અને ભ્રામક વિજ્ઞાપનોથી લલચાઇ જવાને બદલે પ્રોડકટ અથવા સેવાઓની ઉપયોગિતા અને તેની સાથે સંકળાયેલી ગેરંટી અને વોરંટીની ઝીણવટપૂર્વક ચકાસણી કરવી જોઇએ.

→ પ્રોડકટ અથવા સેવાઓની ચકાસણી હાથ ધરવી જોઇએ.

→ પ્રોડકટ અને સેવામાં પસંદગી મળતી હોય ત્યાં તેના સંબંધિત ગુણદોષોની સરખામણીને આધારે પસંદગી કરવી જોઇએ.

→ પ્રોડકટ અને સેવામાં પસંદગી મળતી હોય ત્યાં તેના સંબંધિત ગુણદોષોની સરખામણીને આધારે પસંદગી કરવી જોઇએ.

→ પોતે ચૂકવેલા નાણાનું પૂરેપૂરૂ મૂલ્ય સુનિશ્ચિત કરવા માટે માલ અને સેવાઓની **"ગુણવત્તામાં કોઇ જ બાંધછોડ નહિ"**નું વલણ અપનાવવાનું હોય છે.

→ માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તાના સંબંધમાં થતા વેપાર અને ઉદ્યોગ દ્વારા કરવામાં આવતા કોઇપણ સ્વરૂપના શોષણની વિરુદ્ધ અવાજ ઉઠાવવો જોઇએ અને પોતાની ન્યાયી અને વાજબી માગણીઓનો અમલ કરાવવા માટે સજજ બનવાનું છે.

સામાજિક જવાબદારી

જવાબદાર દરેક ગ્રાહકે બીજા નાગરિકો, ખાસ કરીને સ્થાનિક, રાષ્ટ્રીય અથવા આંતરરાષ્ટ્રીય પર્યાવરણમાં વંચિત જૂથોના સંબંધમાં ચીજવસ્તઓની વપરાશના સંબંધમાં કાળજી રાખવી જોઇએ.

પર્યાવરણીય જાગૃતિ

જવાબદાર ગ્રાહકે પ્રાકૃતિક સંસાધનોનો બગાડ થતો અટકાવવા અને પ્રાકૃતિક સંસાધનોનું જતન સુનિશ્ચિત કરવાના હેતુથી પર્યાવરણીય અવનતિ અને પ્રદૂષણ પ્રત્યે જાગૃત બનવું જોઇએ.

સંઘભાવના

જવાબદાર ગ્રાહકે ગ્રાહકોને લગતી વિવિધ સમસ્યાઓ પર નેટવર્કિંગ અને ઝુંબેશ અને સમર્થન કાર્યક્રમો મારફત ગ્રાહક આંદોલનને અને ગ્રાહક સુરક્ષા પગલાઓને સુદ્રઢ બનાવવા માટે સંગઠનોમાં જોડાઇને સહકારથી કામ કરવા માટે સજજ બનવાનું છે.

ગ્રાહક અધિકારો અને તેની સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ

બાળકોને જવાબદાર ગ્રાહકો બનાવવા અત્યંત મહત્વની બાબત છે. બાળમાનસમાં અમુક બાબતો સ્પષ્ટ કરવા માટે ગ્રાહક જવાબદારીઓની ચર્ચા દરેક અધિકારના અનુસંધાનમાં કરવામાં આવી છે.

Consumer Movement

ગ્રાહક પોતાના અધિકારો વાપરવાની અને પોતાને શિકાર ન બનવા દેવાની જવાબદારીઓ ધરાવે છે. સંકળાયેલી જવાબદારીઓનું વહન થાય તો જ આ અધિકારોનું મૂલ્ય જળવાય.

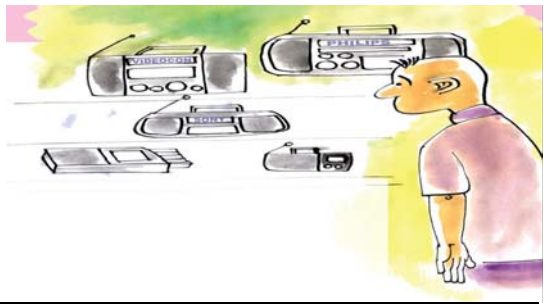
વધુ સ્પષ્ટ રીતે કહીએ તો, ગ્રાહક જવાબદારીઓ ગ્રાહક અધિકારો વાપરતી વખતે ગ્રાહકો તરફથી રાખવામાં આવતી અપેક્ષાઓ છે. આ અધિકારો બજારમાં વાપરવાની જરૂર પડતી હોય છે.

દરેક અધિકારને ધ્યાનમાં રાખીને નિશ્ચિત ગ્રાહક જવાબદારીઓ નીચે પ્રમાણે નોંધેલી છેઃ-

સલામતીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ	
અધિકાર	**સંકળાયેલી જવાબદારીઓ**
આરોગ્ય અથવા જીવનને જોખમરૂપ હોય તેવી પ્રોડકટો, ઉત્પાદન પ્રક્રિયા અને એવી સેવાઓની સામે સુરક્ષિત થવાનો અધિકાર ગ્રાહકને રહેલો છે.	આ અધિકાર વાપરવા માટે ગ્રાહકની નીચેની જવાબદારીઓ છેઃ- → વાજબી સાવચેતી અને કાળજી રાખીને પ્રોડકટનો ઉપયોગ કરવો અને તેમાંની ખામીઓ જણાવવી. → પ્રોડકટ પરના લેબલ કાળજીપૂર્વક વાંચવા અને તેના નિશ્ચિત કરેલા હેતુ માટે જ તેનો ઉપયોગ કરવો. → સૂચના માર્ગદર્શિકા વાંચીને કાળજીપૂર્વક તેને અનુસરવું. → લેબલ પર કોઇ ચેતવણી હોય તો તે વાંચવી. → પ્રોડકટની સલામતી ખાસિયતો વિશે દુકાનદારને પ્રશ્નો પૂછવા. → ખરીદી કરતા પહેલા સલામતી ગુણધર્મો માટે વેપારીની ચકાસણી કરવી. → પ્રોડકટનો ઉપયોગ કરતી વખતે સામાન્ય સાવચેતીઓ માટેની અંગત જવાબદારીઓ ઉઠાવવી. → કોઇ પ્રોડકટ સલામતી ધોરણો સંતોષતી ન હોય ત્યારે છૂટકવિક્રેતાઓ, ઉત્પાદકો, ઉદ્યોગ અને સરકારની એજન્સીને જાણ કરવી. → તમામ ગ્રાહકો માટે સલામતી સુધારણા માટેના પ્રયાસો ને સમર્થન આપવું.

માહિતીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ

અધિકાર	સંકળાયેલી જવાબદારીઓ
જાણકારી સહિતની પસંદગી અથવા નિર્ણય કરવા માટે જરૂરી હકીકતો ગ્રાહકને પૂરી પાડવી જોઇએ અને તેને શાણપણપૂર્વક અને જવાબદારી પૂર્વક વર્તવા માટે પૂરતી માહિતી આપવી જોઇએ. વિજ્ઞાપન, લેબલ, પેકેજ અથવા અન્ય કોઇ સાધનોમાં સમાવિષ્ટ ભ્રામક અને અસ્પષ્ટ પ્રચાર-સામગ્રીથી પણ તેને બચાવવો જોઇએ.	ગ્રાહકની નીચેની જવાબદારી બને છેઃ- → ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને નકકર પસંદગીઓ કરવી. → પ્રોડકટ અને સેવાઓ વિશે ચોકકસ માહિતી મેળવવી. → વિજ્ઞાપનો અને પ્રોત્સાહન દાવાઓ કાળજીપૂર્વક વાંચવા →કોઇ માહિતી ઉપલબ્ધ ન થાય અથવા સ્પષ્ટ ન થાય ત્યારે પ્રોડકટ અને સેવાઓ વિશે દુકાનદારને પ્રશ્નો પૂછવા. → તમામ ગ્રાહકોને ઉપયોગી માહિતી પૂરી પાડવાનો ગંભીર પ્રયાસ કરતા હોય તેવા દુકાનદારોને મદદ કરવી.



પસંદગીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ

અધિકાર	સંકળાયેલી જવાબદારીઓ
ગ્રાહકને સ્પર્ધાત્મક કિંમતે વિવિધ પ્રકારની પ્રોડકટો અને સેવાઓ સુલભ થવી જોઇએ. ગ્રાહકને વિકલ્પ મળવો જોઇએ.	ગ્રાહકની નીચેની જવાબદારીઓ છેઃ- → શાણી ખરીદી કરવા માટે અધિકારનો ઉપયોગ કરવો. → ચોકકસ પ્રોડકટો અને સેવાઓ ખરીદવા માટે પોતાની વ્યકિતગત પ્રેરણા સમજવી. → સમજાવટથી વેચાણ કરવાની ટેકનિકો ઓળખવી. → કિંમત અને ગુણવત્તા બન્ને રીતે પ્રોડકટની સરખામણી કરવી. → નિર્ણય લેવામાં સ્વતંત્રતા વાપરવી. → ટેવ દ્વારા થતી ખરીદી નિવારવી. → કાળજીપૂર્વક પસંદગી કરવી. → ખરીદનારના અભિપ્રાય મુજબ વાજબી અને નીચી કિંમતે સ્વીકાર્ય ગુણવત્તા ધરાવતી હોય તેવી ઉત્તમ પ્રોડકટ અથવા સેવા મેળવવા માટેના પ્રયાસમાં તુલનાત્મક ખરીદીનો મહાવરો રાખવો. → નિર્ણય લેવામાં સમય અને અન્ય સંસાધનોનું મૂલ્ય ધ્યાનમાં લેવું. → પ્રોડકટ અને સેવાઓ સંતોષકારક હોય ત્યારે જ તે ખરીદવાનું ચાલુ રાખવું. → પ્રોડકટ અને સેવાઓ સંતોષકારક ન હોય ત્યારે તે ખરીદવાનું બંધ રાખવું. → પોતાની પસંદગીઓના પારિસ્થિતિક પરિણામો નકકી કરવા. → વેચનારની સાથેના વ્યવહારમાં પ્રામાણિક બનવું. → તમામ ગ્રાહકો માટે પસંદગીમાં સુલભતા વધારવાના હેતુથી વેચનાર અને સરકારો સાથે વિનિમય કરવા.

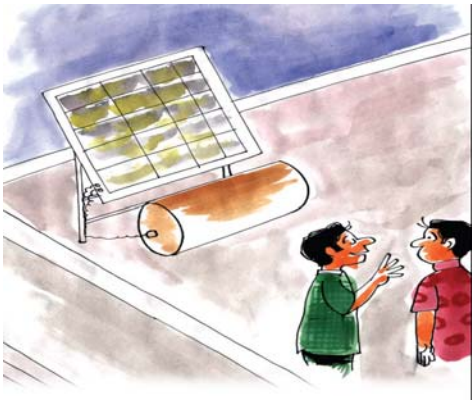
સુનાવણીના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ	
અધિકાર	**સંકળાયેલી જવાબદારીઓ**
આર્થિક અને બીજી નીતિઓના ઘડતર અને તેની અમલ બજવણીમાં સંપૂર્ણ અને સહાનુભૂતિપૂર્ણ વિચારણા મેળવવાના હેતુથી ગ્રાહકના હિતોને સમર્થન આપવાનો ગ્રાહકનો અધિકાર છે. તેમાં સરકારી અને બીજી નિર્ણયકર્તા સંસ્થાઓમાં તેમજ કોઇ પ્રોડકટ અથવા સેવાઓનું ઉત્પાદન અથવા સ્થાપના કરવામાં આવે તે પહેલા તેના વિકાસમાં પ્રતિનિધિત્વના અથવા રજૂઆતના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે.	ગ્રાહકે નકકર સૂચનો આપવાની જવાબદારી ઉઠાવવી જોઇએ. તેણે,- → તમામ પ્રકારના ગ્રાહકોને પ્રતિકૂળ અસર કરતા હોય તેવા મુદ્દાઓથી માહિતગાર બનીને બોલવું જોઇએ. → ગ્રાહક સમસ્યાઓના ઉપાયો શોધી કાઢવા જોઇએ. → બજારમાં ખોટી પ્રથાઓને દુરસ્ત કરવા માટે એવી કોઇ ખોટી પ્રથા ચાલતી હોય તો શોધવી જોઇએ. → અન્ય લોકોના ગ્રાહક અધિકારોને સમર્થન આપવામાં સહાય કરવી જોઇએ. → ઉદ્યોગ અને સરકારને નિર્ણયમાં અસરકારક રીતે સહભાગી બનવા માટે ગ્રાહકોની ક્ષમતા વધારવાના હેતુથી થતા પ્રયાસોને ટેકો આપવો જોઇએ.

નિવારણ મેળવવાના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ

અધિકાર	સંકળાયેલી જવાબદારીઓ
હલકી જાતના માલ અથવા અસંતોષકારક સેવાઓ આપવા બદલ વળતર મેળવવાનો ગ્રાહકનો અધિકાર છે. વેપારી અથવા ઉત્પાદકે છેતરપિંડી કરેલી હોય તેવા કિસ્સામાં નિવારણ મેળવવાની જવાબદારી ગ્રાહકની છે. ગ્રાહકે સમયસર પગલા લેવા જોઇએ. તેણે વેપારીની બધી વાત ચલાવી ન લેવી જોઇએ.	જવાબદાર ગ્રાહકે, - → નિવારણ મેળવવા માટે કયાં અને કઇ રીતે સંપર્ક કરવો તે જાણવું જોઇએ. → જયારે કોઇ ખામી સર્જાય, જયારે કોઇ સલામતી સમસ્યા દેખીતી રીતે જણાય અને પ્રોડકટ અથવા સેવાઓની ગુણવત્તા ઊતરતી કક્ષાની હોય ત્યારે તેણે અવાજ ઉઠાવવો જોઇએ. → વેચનારને યોગ્ય રીતે ફરિયાદ કરવી જોઇએ અથવા તેને યોગ્ય રીતે પ્રશંસાના શબ્દો કહેવા જોઇએ. → નિવારણના બીજા સ્વરૂપોનો ઉપયોગ કરતા પહેલા વેચનાર પાસેથી જ સીધી ખાતરી મેળવવી જોઇએ. → ઉપલબ્ધ હોય એવા સંજોગોમાં અનૌપચારિક તકરાર નિવારણતંત્રનો ઉપયોગ કરવો જોઇએ. → ત્રાહિત પક્ષકારની ફરિયાદની તજવીજ કરવા માટેની કાર્યવાહી ઉપલબ્ધ હોય ત્યારે તેનો ઉપયોગ કરવો જોઇએ. → નિવારણ મેળવવા માટે કાનૂની તંત્રનો ઉપયોગ યોગ્ય સમયે કરવો જોઇએ. → તમામ ગ્રાહકો માટે નિવારણ વ્યવસ્થાતંત્રમાં વિસ્તૃત પ્રવેશ સુલભ બને તેવા પ્રયાસોને સમર્થન આપવું જોઇએ.

ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ	
અધિકાર	**સંકળાયેલી જવાબદારીઓ**
ગ્રાહકને સમગ્ર જીવન દરમિયાન માહિતગાર રહેવા માટે જવાબદાર રહેવા માટે જાણકારી અને કૌશલ્યો મેળવવાનો અધિકાર છે. ગ્રાહક શિક્ષણના અધિકારમાં, ગ્રાહક નિર્ણયને પ્રતિકૂળ અસર કરતા હોય તેવા પરિબળોને અસર કરવા માટેના પગલા લેવા માટે જરૂરી જાણકારી અને કૌશલ્યોના અધિકારનો સમાવેશ થાય છે.	જવાબદાર ગ્રાહકે,- → બજારમાં પોતાના નાણાનું મૂલ્ય કઇ રીતે મેળવવું તે વિશે વધુ માહિતગાર બનવું જોઇએ. → તમામ ગ્રાહક અધિકારો પ્રત્યે સમર્થન આપતા શીખવું જોઇએ. → બજાર અને તેમાં ગ્રાહકની ભૂમિકા વિશે વધુ જાણકાર બનવું જોઇએ. → ગ્રાહક હિતને રક્ષણ અને સહાય કઇ રીતે આપવી તે શીખવું જોઇએ. → શિક્ષિત ગ્રાહક બનવું જોઇએ. → વધુને વધુ ગ્રાહક માહિતી મેળવવાના અને તમામને શૈક્ષણિક કાર્યક્રમો સુલભ બને તેવા પ્રયાસોમાં સહકાર આપવો જોઇએ.

મૂળભૂત જરૂરિયાતોના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ	
અધિકાર	**સંકળાયેલી જવાબદારીઓ**
પોતાનું જીવન ટકાવી રાખવાની ખાતરી આપતા હોય તેવા મૂળભૂત માલ અને સેવાઓનો ગ્રાહકને અધિકાર છે. ગ્રાહકને પૂરતા ખોરાક, કપડા, આશ્રય, આરોગ્ય સંભાળ, શિક્ષણ અને સ્વચ્છતાનો અધિકાર છે.	જયારે બીજી તરફ ગ્રાહકની પણ એ જવાબદારી છે કે,- → સારી સેવાઓની અપેક્ષા રાખવી અને માગણી મૂકવી. → યોગ્ય જણાય ત્યારે સર્વિસ પ્રોવાઇડરને પ્રશંસાના શબ્દો કહેવા. → ઉપલબ્ધ આરોગ્ય સેવાઓ વિશે પૃચ્છા કરવી. → યોગ્ય સ્વચ્છતાલક્ષી સ્થિતિઓની માગણી કરવી.



આરોગ્યપ્રદ પર્યાવરણના અધિકાર સાથે સંકળાયેલી જવાબદારીઓ

અધિકાર	સંકળાયેલી જવાબદારીઓ
જીવનની ગુણવત્તામાં વૃદ્ધિ કરે તેવા ભૌતિક પર્યાવરણનો ગ્રાહકને અધિકાર છે. તેમાં, વ્યકિતનો જેની પર કોઇ કાબૂ ન હોય તેવા પર્યાવરણીય જોખમોની સામેના રક્ષણનો સમાવેશ થાય છે.	જવાબદાર ગ્રાહકે,- → પર્યાવરણીય પ્રશ્નો વિશે માહિતગાર બનવું જોઇએ. → પ્રોડકટ/સેવાની વૈકલ્પિક પસંદગીઓની પર્યાવરણીય અસરો જાણવી જોઇએ. → પર્યાવરણને થતી અસરો માટે પ્રોડકટની સરખામણી કરવી જોઇએ. → વપરાશ પસંદગીઓ વાજબી અને પર્યાવરણની દ્રષ્ટિએ સંગીન હોય તે રીતે કરવી જોઇએ. → તંદુરસ્ત પર્યાવરણીય નીતિઓને અનુસરતા હોય તેવા વેચાણકર્તાઓને સહકાર આપવો જોઇએ. → પર્યાવરણને હાનિકારક હોય તેવી ગ્રાહક પ્રોડકટોનો વપરાશ બંધ કરાવવામાં અને પર્યાવરણ-સાનુકૂળ માલની ઉપલભ્યતા વધારવામાં સહકાર આપવો જોઇએ.

જવાબદાર ગ્રાહકે ગ્રાહક સુરક્ષામાં સમયસર હકારાત્મક રીતે વર્તવામાં પોતાની ભૂમિકા સમજવી જોઇએ; પોતાની પ્રવૃત્તિઓ વિશે વાકેફ હોવો જોઇએ, પર્યાવરણની ફિકર રાખીને કામ કરતો હોવો જોઇએ અને સમસ્ત માનવજાતિના કલ્યાણ માટે સાથી ગ્રાહકોને સંગઠિત કરવાની જવાબદારી પોતાના ખભે ઉઠાવતો હોવો જોઇએ.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

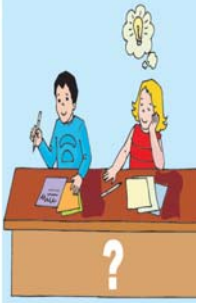
૧. ગ્રાહક જવાબદારીઓની યાદી બનાવો.

૨. "કન્ઝ્યુમર ઇન્ટરનેશનલ" દ્વારા નકકી થયેલી ગ્રાહક જવાબદારીઓ સમજાવો.

૩. જવાબદાર ગ્રાહકના લક્ષણો દર્શાવો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – જૂથ ચર્ચા



✸ સમગ્ર વર્ગને આઠ જૂથમાં વહેંચી નાખો.

✸ દરેક જૂથને એક અધિકાર ફાળવો.

✸ દુકાનદારે એવા અધિકારના સંદર્ભમાં કોઇ ગેરવાજબી વેપાર પ્રથા અપનાવેલી હોય તેવી પરિસ્થિતિની કલ્પના કરો.

✸ લેવાના યોગ્ય પગલાની ચર્ચા કરો.

✸ ગ્રાહકને છેતરેલો હોય તે દુકાનદાર સામે તમે જે પગલા સૂચવતા હોય તે લખી લો.

✸ જૂથમાં ચર્ચા પૂર્ણ થયા પછી તમામ આઠ જૂથને તેમના રિપોર્ટ રજૂ કરીને ચર્ચા કરવા દો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ - વકતૃત્વ સ્પર્ધા

નીચે પૈકીના કોઇ એક વિષય પર વકતૃત્વ સ્પર્ધા ગોઠવો.

✦ ગ્રાહક સુરક્ષામાં વિદ્યાર્થીઓની ભૂમિકા

✦ જવાબદાર ગ્રાહકની જરૂરિયાત

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૩ – નાટિકા

✦ **નીચેના વિષયવસ્તુ પર નાટિકાનું આયોજન કરો.**

"બેજવાબદાર ગ્રાહક – ગ્રાહક આંદોલન માટેનો અવરોધ".

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

→ વપરાશમાં લેવાના માલ અને સેવાઓ વિશે સજાગ બનીને પ્રશ્નો પૂછવા.

→ પ્રોડકટો અને સેવાના અતિશયોકિતભર્યા દાવાઓ ધરાવતી ચાલાકીયુકત અને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતોથી લાલચમાં ન આવવું.

→ પ્રોડકટ અથવા સેવાઓની ઉપયોગિતા અને તેની સાથે સંકળાયેલી ગેરંટી અને વોરંટીની ઝીણવટપૂર્વક ચકાસણી કરવી.

→ પસંદગીઓ ઉપલબ્ધ હોય ત્યાં પ્રોડકટ/સેવાઓના સંબંધિત ગુણદોષની સરખામણીના આધારે પસંદગી કરવી.

→ પોતે ચૂકવેલા નાણાનું સંપૂર્ણ મૂલ્ય સુનિશ્ચિત કરવા માટે માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તામાં **"કોઇ બાંધછોડ નહિ"**નું વલણ અપનાવવું.

→ વેપાર અને ઉદ્યોગ દ્વારા થતા કોઇપણ પ્રકારના ગ્રાહકશોષણ અથવા ગ્રાહક અધિકારનો ભંગ થાય ત્યારે અવાજ ઉઠાવીને લડત આપવી.

→ બગાડ અટકાવવાના હેતુથી અને પ્રાકૃતિક સંસાધનોનું જતન સુનિશ્ચિત કરવા માટે પર્યાવરણીય અવનતિ અને પ્રદૂષણ પ્રત્યે સંવેદનશીલ બનવું.

→ ગ્રાહક આંદોલનને સુદ્રઢ બનાવવા માટે સંગઠનમાં જોડાઇને સમૂહમાં કાર્ય કરવા તૈયાર રહેવું.

::::::::::::::::::::::::::::::

GAS
NO
STOCK
FUEL

ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ

તગડો નફો રળી લેવા માટે અથવા રાતોરાત પૈસાદાર બનવા માટે વેપારીઓ, ધંધાર્થીઓ, માલિકો, ઉત્પાદકો અને વિક્રેતાઓ દ્વારા ગ્રાહકોના હિતને ભોગે તમામ પ્રકારના ઉપાયો અને ગેરરીતિની પધ્ધતિઓ અજમાવવામાં આવતી હોય છે.

આવી રીતે, માલનું વેચાણ આરોગ્ય અને જિંદગીને હાનિકારક બને છે. ઉતરતી કક્ષાની ગુણવત્તા, ભેળસેળ, ખરા તોલ મુજબ જથ્થો ન પૂરો પાડવો, આકરી કિંમત જેવી ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ આચરીને ગ્રાહકને છેતરવાની પ્રવૃત્તિ આપણા સમાજમાં ફૂલીફાલી છે.

ભારતમાં અજ્ઞાન, નિરક્ષરતા અને નબળી આર્થિક સ્થિતિને કારણે ગ્રાહક બહુ જ બૂરી રીતે ફસાયેલો છે.

ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓઃ

સન ૧૯૮૬નો ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ પસાર કરવાના લોકસભાનો મૂળભૂત ઉદ્દેશ ધંધા વેપારીઓ દ્વારા આચરવામાં આવતી ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓ સામે ગ્રાહકોના અધિકારોને સુરક્ષિત કરવાનો છે.

"ગેરવાજબી વેપારપ્રથા" એટલે એવી વેપારપ્રથા કે જે કોઇ માલના વેચાણ, વપરાશ અથવા પુરવઠાને ઉત્તેજન આપવા માટે અથવા કોઇ સેવા પૂરી પાડવાને ઉત્તેજન આપવા માટે અપનાવવામાં આવતી હોય તેવી વેપારપ્રથા.

પોતાના વેચાણો અથવા સેવાઓને ઉત્તેજન આપવામાં વેપારીઓ દ્વારા અપનાવવામાં આવતી હોય તેવી કોઇપણ ગેરવાજબી પધ્ધતિ/પ્રણાલી અથવા છેતરપિંડીયુકત પ્રથા ગેરવાજબી વેપારપ્રથા બને છે.

તેમાં નીચેની બાબતોનો સમાવેશ થાય છેઃ-

(૧) વેચવાના માલના ધોરણ, ગુણવત્તા , જથ્થા, બંધારણ, શૈલી અથવા નમૂનાને લગતી ખોટી રજૂઆત.

(૨) ભાડે લીધેલી સેવાના ધોરણ, ગુણવત્તા અથવા કક્ષાના સંબંધમાં ખોટી રજૂઆત.

(૩) ફરીથી બનાવેલા, અગાઉ વપરાયેલા, નવેસરથી ઓપ આપેલા, ફરીથી દુરસ્ત કરેલા અથવા જૂના માલને નવા માલ તરીકે દર્શાવતી ખોટી રજૂઆત.

(૪) કોઇ માલ અથવા સેવાઓના પુરસ્કર્તા, મંજુરી, કામગીરી, ગુણધર્મો, ઉપસાધનો અથવા આવા અથવા સેવાઓના ઉપયોગો અથવા લાભોના સંબંધમાં ખોટી રજૂઆત.

(૫) વેચનાર અથવા પુરવઠાદાર પોતે ખરેખર ધરાવતો ન હોય એવી સ્પોન્સરશીપ અથવા મંજૂરી અથવા જોડાણ પોતે ધરાવે છે એવી ખોટી રજૂઆત.

(૬) કોઇ માલ અથવા સેવાઓની જરૂરિયાત અથવા ઉપયોગિતાના સંબંધમાં ખોટી અથવા ગેરમાર્ગે દોરતી રજૂઆત

(૭) કોઇ પ્રોડકટ અથવા કોઇ માલની કામગીરી, કાર્યક્ષમતા અથવા આવરદાના સંબંધમાં પૂરતા અથવા યોગ્ય પરિક્ષણના આધાર વગરની વોરંટી અથવા ગેરંટી લોકોને આપવી.

(૮) કોઇ માલ અથવા સેવાઓ અથવા પ્રોડકટની ગેરંટી અથવા વોરંટીના સંબંધમાં અથવા કોઇ વાજબી આધાર વગર કોઇ ચીજવસ્તુ બદલી આપવા, તેનો નિભાવ કરવા અથવા તેને મરામત કરી આપવાને લગતી ખોટી રજૂઆત કરવી.

(૯) પ્રોડકટ માલ/ અથવા સેવાઓ સામાન્ય રીતે જે કિંમતે વેચવામાં આવતી હોય તેની કિંમતના સંબંધમાં લોકોને ગેરમાર્ગે દોરવા.

(૧૦) બીજી વ્યકિતના વેપારને પ્રતિકૂળ અસર કરવાના હેતુથી આવી કોઇ બીજી વ્યકિતનો માલ સેવા અથવા વેપાર ઉતરતી ગુણવત્તાનો છે તેવું ગેરવાજબી રીતે સૂચવીને ખોટી અથવા ગેરમાર્ગે દોરતી હકીકતો આપવી.

(૧૧) જે માલ અથવા સેવાઓ સોદાબાજીની કિંમતે વેચાણથી અથવા પુરવઠાથી પૂરો પાડવાનો ઉદ્દેશ ન હોય તેવા માલ અથવા સેવાઓનું વેચાણ અથવા તે પૂરી પાડવા માટે સોદાબાજીની કિંમત માટે કોઇ પણ સ્વરૂપમાં કોઇ પણ વિજ્ઞાપન પ્રસિદ્ધ કરવાની છૂટ આપવી.

(૧૨) જે ચીજવસ્તુની સાથે કોઇ ભેટ અથવા બીજી વસ્તુની કિંમત વેપારીએ વસૂલ કરેલી રકમથી પૂર્ણતઃ અથવા અંશતઃ રીતે આવરી લીધેલી હોય ત્યારે ભેટમાં મળતી ચીજવસ્તુ મફત આપવામાં આવે છે તેવી ખોટી છાપ ઉભી કરવાના ઇરાદાથી ભેટ અથવા બીજી વસ્તુઓ આપવા દેવી.

(૧૩) કોઇ પ્રોડકટના વેચાણ, ઉપયોગ અથવા પુરવઠાને અથવા ધંધાકીય હિતને સીધી અથવા આડકતરી રીતે ઉત્તેજન આપવાના હેતુથી કોઇ સ્પર્ધા, લોટરી અથવા તકદીરની અથવા કૌશલ્યોની રમતના આયોજનની છૂટ આપવી.

(૧૪) કોઇ માલ તેની કામગીરી, બનાવટ, તેમાના તત્વો, ડિઝાઇન,રચના અથવા તેના પેકેજિંગના સંબંધમાં સક્ષમ સત્તાધિકારીએ ઠરાવેલા ધોરણોનું પાલન ન કરતો હોવાની જાણ હોવા છતાં અથવા એવું માનવાને કારણ હોવા છતાં એવા માલનું વેચાણ અથવા પુરવઠો ચાલુ રહેવા દેવો; અને

(૧૫) કોઇ માલ અથવા તેના જેવા બીજા માલની કિંમતમાં વધારો કરવાના ઉદ્દેશથી સંગ્રહખોરી થવા દેવી એટલે કે એવા માલનો સંગ્રહ કરવો અથવા તેનો નાશ કરવો અથવા તે વેચવાનો ઇન્કાર કરવો.

આ એક આવકારદાયક ફેરફાર છે. કારણ કે, મફત ભેટ આપવાની અથવા પુરસ્કાર, ઇનામ વગેરે આપવા માટેની સંખ્યાબંધ સ્કીમની જાહેરાત કરતા ધંધાકીય સમુદાય આવી યોજના **(Scheme)** પૂરી થયા પછી તેનું પરિણામ બહાર નહીં પાડીને ગ્રાહકોને ખૂબ જ હાલાકીમાં મૂકતા હોવાનું હવે સામાન્ય થઇ ગયું છે.

હવે, ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની વ્યાખ્યા કરતા ઉમેરેલી નવી કલમમાં ઉમેરેલા સ્પષ્ટીકરણ હેઠળ એવો સ્પષ્ટ આદેશ છે કે આવી યોજના **(Scheme)** ની જાહેરાત પ્રસિદ્ધ કરેલી હોય તે જ વર્તમાનપત્રમાં તેના પરિણામ વાજબી સમયમર્યાદામાં પ્રસિદ્ધ કરવા જોઇશે.

ગેરવાજબી વેપારપ્રથાના ઉદાહરણોઃ-

અધિનિયમ હેઠળ ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની વ્યાખ્યામાં વેપારીઓ દ્વારા અપનાવવામાં અથવા અનુસરવામાં આવતી લગભગ તમામ પ્રકારની ગેરવાજબી પ્રથાઓને આવરી લીધેલી છે. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાના કેટલાક ઉદાહરણો નીચે જણાવ્યા છે.

વળતરયુકત વેચાણ (Discount Sales):

વેચાણ માટે મૂકેલા માલની ગુણવત્તા અને વેચાણની મુદ્દત જણાવ્યા વગર ખરાઇ ન થઇ શકે તેવી બજાર કિંમતો આપીને નાખી દેવાના ભાવે વેચાણની જાહેરાત કરવી તે જાહેર હિત માટે પૂર્વગ્રહયુકત ગણાશે અને ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાશે.

જે માલ પર વળતર **(Discount)** આપવાનું હોય તે માલની ચોકકસ ગુણવત્તા જણાવ્યા વગર ૫૦ ટકા કિંમતે વળતર વેચાણની જાહેરાત ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાશે.

મૂડીરોકાણ પર ઊંચા વળતરના સંબંધમાં ગેરમાર્ગે દોરતી અને ખોટી જાહેરાતઃ

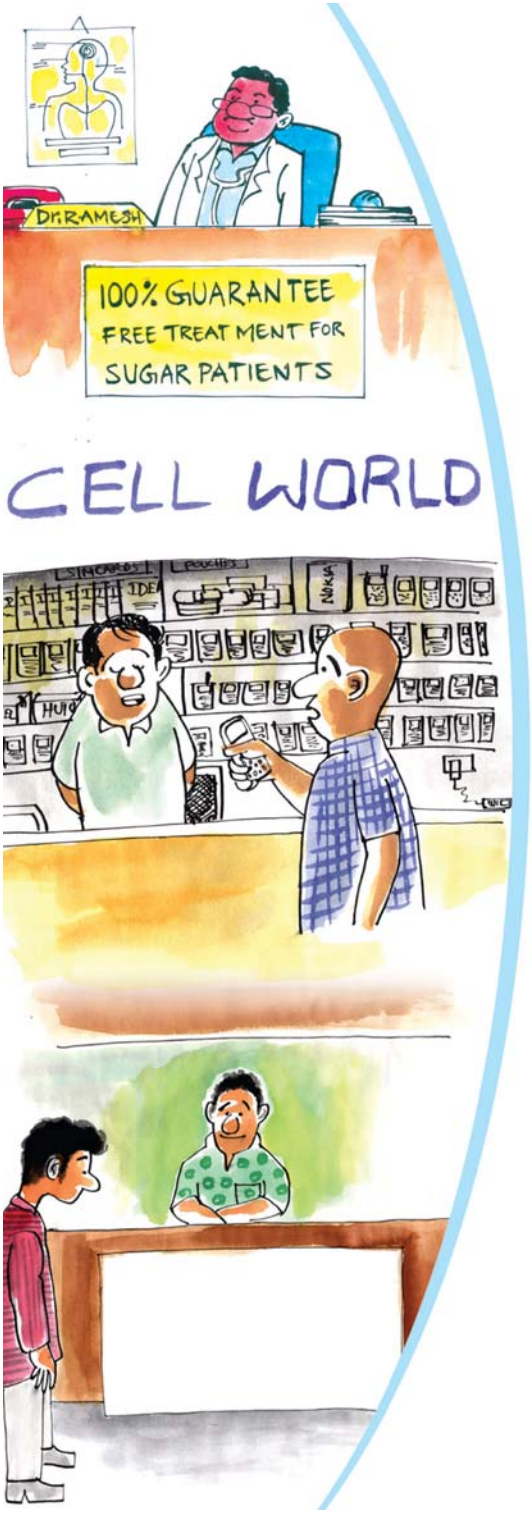
અમુક પેઢીઓ અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા નીલગીરીના વૃક્ષો અથવા અન્ય વૃદ્ધિઓ પર આવી યોજનાના ગ્રાહકો/સભ્યોએ કરેલા મૂડીરોકાણ પર ત્રણ ગણા વળતરની બાંયધરીની અથવા ઊંચા વળતર, કરમુકત આવક વગેરે કોઇપણ વાસ્તવિક આધાર વગર ખાતરીની જાહેરાત ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાશે. જયારે નાણાકીય કંપનીઓ ભાવિ મૂડીરોકાણ પર વળતરના દરની ગણતરી કર્યા વગર થાપણો પર વ્યાજના ઊંચા દર આપે ત્યારે તે ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાશે.

રોગોની સારવારના ખોટા દાવા બાબતઃ

કોઇ ઓછા જાણીતા ડોકટરે પોતે સફેદ દાગ મટાડવા માટે ૧૦૦ ટકા સફળ સારવાર આપે છે અને તે વિશ્વવિખ્યાત ચર્મરોગ નિષ્ણાત છે એવી ખોટી રજૂઆત કરીને આમ જનતાને ગેરમાર્ગે દોરેલી. નિયંત્રિત વેપારપ્રથા જાળવણી આયોગે તેને ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ઠરાવેલી.

વોરંટીના સમયગાળા દરમિયાન મશીન દુરસ્ત કરવાની નિષ્ફળતાઃ

મશીનના પ્રતિવાદી વિક્રેતાએ ગ્રાહકને મશીનની ખરીદી કરતી વખતે મશીનની સંતોષકારક કામગીરી માટે એક વર્ષની ગેરંટી આપેલી પણ ખરીદી કર્યા પછી થોડા જ મહિનાઓની અંદર મશીન બગડી ગયું. મશીનને યોગ્ય રીતે દુરસ્ત કરી આપવામાં અથવા તેના ભાગ બદલી આપવામાં વિક્રેતા/પુરવઠેદારની નિષ્ફળતા ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાય.



શૈક્ષણિક સેવાની ગુણવત્તાના સંબંધમાં ગેરમાર્ગે દોરતી ખોટી જાહેરાતઃ

શિક્ષણના ક્ષેત્રમાં, ચાલાક વ્યકિતઓ/ સંસ્થાઓ એનાયત કરવામાં આવતી પદવીઓ, એક જ બેઠકમાં પરીક્ષાઓ અને અમાન્ય પદવીઓ વિ.ના સંબંધમાં ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત પ્રસિદ્ધ કરીને ગમાર જનતાને મૂર્ખ બનાવવાનો પ્રયત્ન કરતી હોય છે. આવી તમામ જાહેરાતો ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની મર્યાદાની અંદર આવશે.

અમેરિકન/વિદેશી યુનિવર્સિટીઓની સમકક્ષ અને તેણે માન્યતા આપેલું શિક્ષણ આપવા સંબંધી અને નોકરીઓ મળવાની ખોટી બાંયધરીની જાહેરાતો મારફત ખોટી રજૂઆત કરવી ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ગણાશે.

::::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની વ્યાખ્યા આપો.

૨. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાના ઉદાહરણોની યાદી બનાવો.

૩. વેપારીઓ દ્વારા આચરવામાં આવતી ગેરવાજબી વેપારપ્રથાઓની સામે લડત આપવામાં
ગ્રાહકની ભૂમિકાની ચર્ચા કરો.

વિદ્યાર્થી પ્રવુત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – બજારની મુલાકાત

✦ પાંચ વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવો.

✦ દરેક જૂથ નીચે પૈકીની કોઇ એક પ્રવૃત્તિ પસંદ કરશે;

- ડિસ્કાઉન્ટ સેલ
- મૂડીરોકાણ પર ગેરમાર્ગે દોરતા વચનો
- રોગોની સારવારના ખોટા વચનો
- ગેરંટીને લગતા ખોટા વચનો
- શૈક્ષણિક સંસ્થાઓની ખોટી જાહેરાતો

✦ વેપારીઓ દ્વારા અનુસરવામાં આવતી ગેરવાજબી વેપારપ્રથા નકકી કરીને ઓળખો.

✦ વર્ગમાં અવલોકનો રજૂ કરીને તેની ચર્ચા કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – શૈક્ષણિક કાર્યક્રમ

✦ પ્રવૃત્તિ ક્રમાંક-૧ના અવલોકનોના આધારે તમારા શિક્ષકના માર્ગદર્શન હેઠળ ગ્રાહક શિક્ષણ
કાર્યક્રમોનું આયોજન કરો.

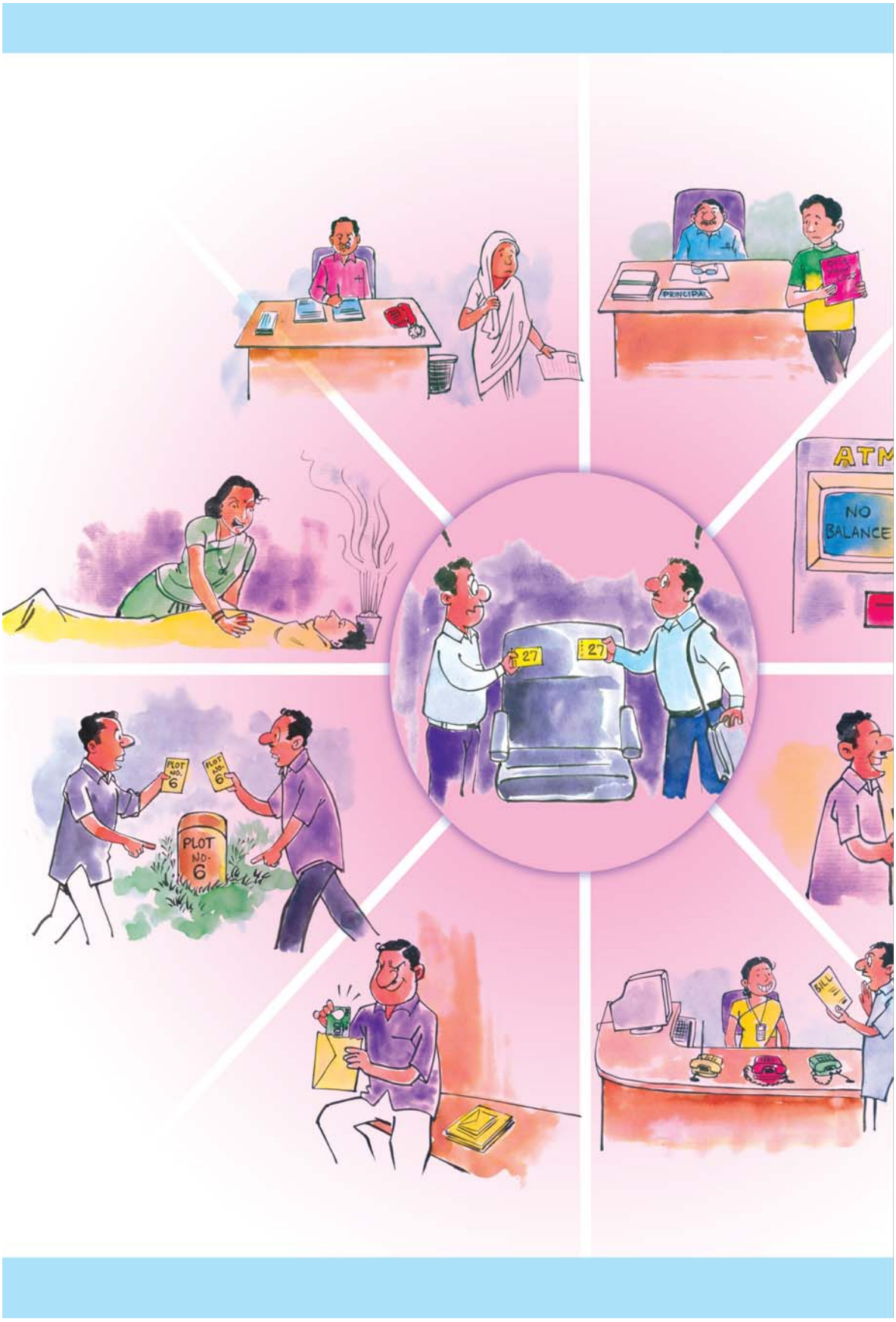
અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. વેપારીઓ દ્વારા અનુસરવામાં આવતી ગેરવાજબી વેપારપ્રથા ઓળખી કાઢવી.

૨. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની સામે પોતાનો અવાજ ઉઠાવવો.

૩. ગેરવાજબી વેપારપ્રથાની સામે લડત આપવા માટે ગ્રાહકોને સંગઠિત કરવા.


PRINCIPAL
ATM
NO BALANCE
27
27
PLOT NO. 6
PLOT NO. 6
PLOT NO. 6
BILL

સેવાઓમાં ઊણપ અને ગ્રાહક શિક્ષણ

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમનો મુખ્ય હેતુ ખામીયુકત માલ અને સેવાઓમાં ઊણપના સંબંધમાં ગ્રાહકોને વળતર આપવાનો છે. **"સેવા" એટલે મહત્વના વપરાશકર્તાઓને ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવતી કોઇપણ પ્રકારની સેવા.**

સેવાઓમાં, બેન્કિંગ , નાણા, વીમો, પરિવહન, પ્રક્રિયા, વીજળી અથવા અન્ય પ્રકારની ઊર્જાના પુરવઠા, આવાસ અને ભોજન અથવા તે બન્ને, ગૃહનિર્માણ, મનોરંજન, આનંદપ્રમોદ અથવા સમાચાર અથવા અન્ય માહિતી પૂરી પાડવી વિ.ના સંબંધમાં સવલતોની જોગવાઇનો સમાવેશ થાય છે. પણ તેમાં, મફત પૂરી પાડવામાં આવતી હોય તેવી કોઇ સેવા અથવા અંગત સેવાના કરાર હેઠળ પૂરી પાડવામાં આવતી હોય તેવી કોઇ સેવાનો સમાવેશ થતો નથી.

સેવાઓમાં ઊણપઃ

"ઊણપ" એટલે તત્સમયે અમલમાં હોય તેવા કોઇ કાયદાથી અથવા તેની નિભાવવી જરૂરી હોય તેવી કામગીરીની અથવા કોઇ સેવાના સંબંધમાં કરાર અનુસાર અથવા અન્યથા કોઇ વ્યકિતએ હાથ ધરેલી કામગીરીની ગુણવત્તા, પ્રકાર અને તેની રીતમાં કોઇ ખામી, અપૂર્ણતા, ત્રૂટિ અથવા અપૂરતાપણું.

ઉદાહરણ તરીકે, દૂરસંચાર વિભાગ દ્વારા ટેલીફોન સેવાઓ માટે આકરું બિલ ફટકારવું; તબીબી વ્યવસાયીઓ દ્વારા બેદરકારીયુકત તબીબી સારવાર, ભૂલભરેલું નિદાન, આરક્ષિત કમ્પાર્ટમેન્ટમાં અનધિકૃત વ્યકિતઓના પ્રવેશના નિયંત્રણમાં રેલવે તંત્રની નિષ્ફળતા વિ. જેવા કિસ્સાઓ સેવાઓમાંની ઊણપ છે.

બિનકાર્યક્ષમતા, વાજબી કાળજીનો અભાવ, શુદ્ધબુદ્ધિનો અભાવ, લાસરીયાપણું, ઉતાવળ અથવા ચૂક સેવાઓ પૂરી પાડવામાં ઊણપ નકકી કરવા માટેના પરિબળો હોઇ શકે. અત્રે એ નોંધનીય છે કે કોઇ પ્રવૃત્તિ અધિનિયમથી વ્યાખ્યાયિત કર્યા મુજબની **"સેવા"** હોય ત્યારે જ ઊણપનો પ્રશ્ન ઊભો થઇ શકશે.

તબીબી સેવાઓઃ

ભૂલભરેલું નિદાન સેવામાં ઊણપની બરાબર ગણાય. એવી જ રીતે, ઓપરેશનમાં, દવાઓની ભલામણ કરવામાં, નર્સિંગ હોમ અને હોસ્પિટલ ચલાવવામાં અને પોષક આહાર તેમ જ અન્ય સવલતો પૂરી ન પાડવી વિ. તબીબી સેવાઓમાં ઊણપ બરાબર ગણાય.

પરિવહન સેવાઓઃ

એરલાઈન્સ, રેલવે, બસો, ટેકસીઓ, ટ્રકો અને ઓટો દ્વારા માલ અથવા પેસેન્જરની હેરફેર આ અધિનિયમ હેઠળ સેવા ગણાય. આવી રીતે, સદરહુ સેવાઓના સંબંધમાં કોઇપણ પ્રકારની ઊણપ સેવાની ઊણપ ગણાશે.

એરવે તંત્ર દ્વારા કોઇ વ્યકિતને **"કન્ફર્મ"** ટિકીટ કાઢી આપવામાં આવે ત્યારે તે વ્યકિત ફલાઇટના સમયે પોતે હાજરીનો અહેવાલ આપે ત્યારે તેને સીટ પૂરી પાડવામાં નિષ્ફળતા એરવે તંત્રના પક્ષે બેદરકારી ગણાય. અને તેથી, આ બાબત સેવાઓમાં ઊણપનો સ્પષ્ટ કેસ બને છે.

કોઇ વરિષ્ઠ નાગરિક આરક્ષિત ટિકીટ ધરાવતા હોય ત્યારે અનધિકૃત વ્યકિતઓએ તે સીટનો કબજો લઇ લેવાને કારણે તેમને બર્થ ન મળવી તે રેલવેના પક્ષે સેવાઓમાં ઊણપનો સ્પષ્ટ કેસ બને છે.

વીમા સેવાઓઃ

વીમા કંપનીઓ કોઇ નુકસાન બદલ ક્ષતિપૂર્તિ કરી આપવામાં અથવા વાજબી સમયમર્યાદાની અંદર વીમા પોલીસી હેઠળ દાવાની પતાવટ કરવામાં નિષ્ફળ જાય અથવા કોઇ નોમીનીને રકમ ચૂકવવામાં નિષ્ફળ જાય ત્યારે વીમા કંપનીએ સેવામાં ઊણપ દર્શાવી ગણાય.

વીમા કંપનીઓએ વાજબી સમયમર્યાદાની અંદર એટલે કે ત્રણ(૩) મહિનાની મુદતની અંદર વીમાના દાવાની પતાવટ અથવા તેનો ઇન્કાર કરવાનો હોય છે. ત્રણ મહિના પછીનો વિલંબ સેવામાં ઊણપની બરાબર ગણાય.

શિક્ષણ સેવાઓઃ

ખાનગી શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ, ડિમ્ડ યુનિવર્સિટીઓ અને સ્વ-પુરસ્કૃત શૈક્ષણિક અભ્યાસક્રમો દ્વારા આપવામાં આવતા શિક્ષણની કામગીરીને સેવા તરીકે જોવામાં આવે છે કોઇ શૈક્ષણિક સંસ્થા અથવા યુનિવર્સિટી એવી કોઇ ત્રૂટીથી વિદ્યાર્થીઓને હાલાકી થાય ત્યારે તેઓ સેવાઓમાં ઊણપના આધાર પર આવી સંસ્થાઓની સામે દાદ માગી શકે છે.

આવી રીતે, પરીક્ષાના ભૂલભરેલા અથવા ખોટા હોય તેવા પરિણામો બહાર પાડવા, પદવી પ્રમાણપત્ર કાઢી આપવામાં ગેરવાજબી વિલંબથી અને કોઇ પણ વાજબી કારણ વગર વિલંબ કરવો, સક્ષમ સત્તાધિકારીએ ઘડેલા નિયમો અને વિનિયમોનું ઉલ્લંઘન કરીને અભ્યાસક્રમમાં વિદ્યાર્થીઓને પ્રવેશ આપવો વિ. બાબતોને સેવાઓમાં ઊણપ તરીકે ઠરાવવામાં આવી છે.

ગૃહનિર્માણ સેવાઓઃ

પૂરેપૂરી રકમની ચૂકવણી કર્યા પછી પણ ફ્લેટ/મકાનનો કબજો સોંપવામાં થતો વિલંબ સેવામાં ઊણપ ગણાય. એવી જ રીતે, મકાનનો કોઇ બિલ્ડર મકાન બાંધકામમાં હલકી કક્ષાની માલસામગ્રી વાપરે અથવા મકાનની સ્થિતિ વિશે ખોટી રજૂઆત કરે ત્યારે એ બાબત પણ સેવાની ઊણપ ગણાશે. કોઇ ચોકકસ હેતુ માટે તૈયાર કરેલી કોઇ યોજના હેઠળ નિર્માણ કરેલી સાઇટની ફાળવણી સેવાની વ્યાખ્યાની અંદર આવશે.

કુરિયર સેવાઓઃ

કુરિયર સેવાઓ અથવા કંપનીઓની સામે થતી સૌથી વધુ સામાન્ય ફરિયાદ તેઓ સમય મર્યાદાની અંદર પાર્સલની ડિલીવરી કરતા નથી અથવા પાર્સલની અંદરની વસ્તુઓ ગુમ થવાને લગતી હોય છે. આવી રીતે, જયારે કુરિયરે મોકલનાર ગ્રાહકની સૂચનાઓ મુજબ ઠરાવેલી સમય મર્યાદાની અંદર સંબંધિત સરનામે પહોંચાડવા માટે પાર્સલ સ્વીકાર્યું હોય અને તે બદલ ચાર્જ પણ સ્વીકારેલા હોય પણ એવી રીતે ઠરાવેલા સમયની અંદર પાર્સલની ડિલીવરી ન કરે તો તેને સેવામાં ઊણપ તરીકે ઠરાવેલી છે.

એવી જ રીતે, કોઇ દસ્તાવેજ અથવા પાર્સલમાંથી કોઇ વસ્તુઓ ગુમ થવાની બાબત કુરિયરના પક્ષે સેવામાંની ઊણપ ગણાશે. તેમ છતાં માલની સોંપણી લેવા માટે કન્સાઇની (માલ જેણે સ્વીકારવાનો છે તે)ની નિષ્ફળતા બાબતે કન્સાઇનર (માલ જેણે મોકલ્યો તે)ને જાણ કરવી કુરિયર માટે કાયદા હેઠળ કોઇજ જવાબદારી બનતી નથી.

ટપાલ સેવાઓઃ

ટપાલ વિભાગ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી કોઇ સેવામાં ઊણપ હોય તો ગ્રાહક આ અધિનિયમ હેઠળ કેસ ફાઇલ કરીને યોગ્ય દાદ મેળવી શકે છે. ખોટી વ્યકિતને મનીઓર્ડર પહોંચાડવું તે સેવામાં ઊણપ ગણાશે. ટપાલ કર્મચારીની ઘોર બેદરકારીને લીધે, પત્રના પ્રેષકને જ પત્ર પરત મળે તો તે સેવામાંની ઊણપ ગણાશે.

ટેલીફોન સેવાઓઃ

ટેલીફોન સેવાઓને લગતી ઊણપની સૌથી સામાન્ય ફરિયાદ વધુ પડતા બિલીંગ, કોઇપણ જાણ કર્યા વગર ટેલીફોન જોડાણ કાપી નાખવું, ટેલીફોન ડિરેકટરી મફત પૂરી પાડવાનો ઇન્કાર, અને ટેલીફોનના ખોટા શિફટીંગને લગતી હોય છે.

બેન્કિંગ સેવાઓઃ

બેન્ક પોતાના પક્ષે સેવાઓની ઊણપ બદલ કસૂરવાર ઠરતી હોય તેવી અનેક ઘટનાઓ હોય છે. તેમાં ડ્રાફટના નાણા આપવાનો ખોટો ઇન્કાર કરવો, ચેક લેવો પણ તેને જમા ન કરવો બેન્કના લોકરમાંથી મૂલ્યવાન ચીજવસ્તુઓ ગુમ થવી વગેરે જેવી બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.

ગ્રાહકને કોઇ પ્રકારની જાણ કર્યા વગર તેની ક્રેડિટ ફેસિલિટી સ્થગિત કરી દેવી તે બેન્કિંગ સેવાઓ પૂરી પાડવામાં ઊણપ ગણાય. મંજૂર કરેલી જમા રકમ થવા શાખ વપરાઇ ન હોય અથવા રદ્દ ન થઇ હોય ત્યારે કોઇ પણ વાજબી કારણ વગર ગ્રાહકનો ચેક નકારવો તે પણ સેવામાંની ઊણપ ગણાય.

અમુક એવા પણ ક્ષેત્રો છે જેમાં તેની સેવાની ઊણપ દેખાય આવે છે. અત્રે એ ઉલ્લેખનીય છે કે, ગેસ સિલિન્ડર સેવાઓ, ચીટ ફંડ સેવાઓ અને સમાચાર/માહિતી માધ્યમો તેમજ વર્તમાનપત્રોના મંતવ્યોને પણ આ અધિનિયમ હેઠળ **"સેવામાંની ઊણપ"** ની વ્યાખ્યા હેઠળ આવરી લેવામાં આવેલ છે.

નજીકના ભવિષ્યમાં વધુને વધુ સેવાઓને આ અધિનિયમ હેઠળ આવરી લેવાનો સંભવ છે અને આવી સેવાઓમાં ઊણપો વધવાની પણ સંભાવના રહેલી છે.

વિરૂદ્ધના પક્ષકાર અથવા પ્રતિવાદીઓ દ્વારા રજૂ કરવામાં આવતા વાજબી કારણનો સિદ્ધાંત એ છે કે ગ્રાહકે માલ અથવા યથાપ્રસંગ, સેવાઓ માટે પોતે ચૂકવેલા નાણાનું મૂલ્ય ગ્રાહકને મળવું જોઇએ.

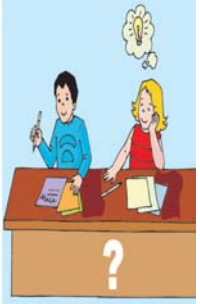
::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. **"ઊણપ"** શબ્દની વ્યાખ્યા આપો.

૨. સૌથી વધુ ઉપયોગમાં લેવાતી સેવાઓની યાદી બનાવો.

૩. તમે જેનો ઉપયોગ કરતા હોય તે દરેક સેવા સંદર્ભમાં તે સેવાની ઊણપના ત્રણ ઉદાહરણો શોધો.



વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – અભિપ્રાય મોજણી

✦ કોઇ એક સર્વિસ પ્રોવાઇડર પસંદ કરો.

✦ તેના દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓની યાદી બનાવો.

✦ તમે પસંદ કરેલા સર્વિસ પ્રોવાઇડર દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાની ગુણવત્તા પર ગ્રાહકોના અભિપ્રાય મેળવવા.

✦ ગ્રાહકો સર્વિસ પ્રોવાઇડર તરફથી જે અપેક્ષાઓ રાખતા હોય તેની યાદી બનાવો.

✦ વર્ગમાં તેની ચર્ચા કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – ગ્રાહક બેઠક

✦ તમારા શિક્ષકના માર્ગદર્શન હેઠળ ગ્રાહક બેઠકનું અને સ્થાનિક સક્રિય સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનની બેઠકનું આયોજન કરો.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. પોતે ઉપયોગમાં લેતા હોય તે સેવાઓ નકકી કરવી.

૨. સરકારી વિભાગો દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ નકકી કરવી.

૩. સેવાઓની ઊણપના કિસ્સામાં લેવાના પગલાના પ્રકાર સમજવા.

૪. સેવાની ઊણપના કિસ્સામાં લેવાના પગલા વિશે સાથી ગ્રાહકોને માર્ગદર્શન આપવું.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::::

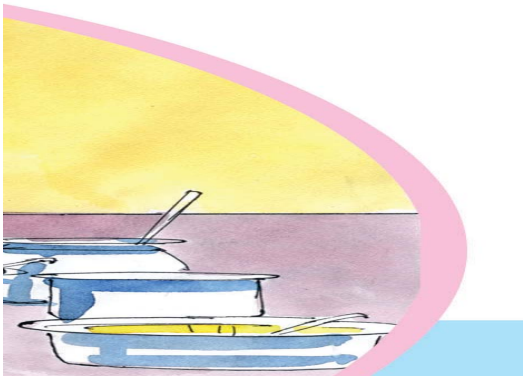
ખોરાક ભેળસેળ

આપણા જીવન માટે ખોરાક સૌથી વધુ અનિવાર્ય અને આવશ્યક છે. એવી જ રીતે ખોરાકમાં ભેળસેળ હોય અથવા તે ચોકકસ ધોરણો ધરાવતો ન હોય તો તે આપણા માટે ખૂબ જોખમી બને છે.

ખોરાકના પ્રકાર, તેમાંના દ્રવ્યો અને ગુણવત્તાને પ્રતિકૂળ રીતે અસર કરે તેવું તેમાં ઇરાદાપૂર્વકનું ઉમેરણ અથવા તેનો વિકલ્પ હોય ત્યારે ભેળસેળ થઇ ગણાય તેવું નથી. પરંતુ, વૃદ્ધિ, લણણી, કાપણી સંગ્રહ, પ્રક્રિયા, હેરફેર અને વિતરણના તબકકા દરમિયાન આકસ્મિક રીતે દૂષિત થાય ત્યારે પણ ભેળસેળ થઇ ગણાય.

કમનસીબે ગ્રાહકો ગરીબીના કારણે અથવા યોગ્ય શિક્ષણના અભાવના કારણે ખાદ્યપેદાશોની ગુણવત્તા વિશે પોતે જ ચિંતિત નથી હોતા. આ જ અજ્ઞાનના કારણે તેમને ભયાનક આરોગ્ય જોખમો સહન કરવાના હોય છે. ખોરાક અને આરોગ્ય વચ્ચેની કડી દિનપ્રતિદિન વધુને વધુ સબળ બનતી હોવાથી સમગ્ર વિશ્વમાં ખોરાક સલામતી પ્રત્યે સૌથી વધુ ધ્યાન આપવામાં આવી રહયું છે.

ખોરાક સલામતી એટલે ખોરાકને આરોગ્ય પ્રત્યે તીવ્ર અથવા કાયમી ધોરણે હાનિકારક બનાવે તેવા દૂષકો, ભેળસેળ માટે વપરાતા પદાર્થો, કુદરતી રીતે પેદા થતા ઝેર અથવા બીજા કોઇ પદાર્થોનો અભાવ અથવા તેનું સ્વીકાર્ય અને સલામત પ્રમાણ. આથી, શાણા ગ્રાહકે ભેળસેળમાં વપરાતા પદાર્થો, તે શોધી કાઢવાની પ્રક્રિયા અને આવી ભેળસેળની સામે મકકમ રીતે વિરોધ કરવા માટે ગ્રાહકોને આપવામાં આવતા વિવિધ પ્રકારના કાનૂની રક્ષણના સંબંધમાં જાણકારી ધરાવવી જોઇએ.



વિવિધ પ્રકારના ખોરાકોમાં થતી ભેળસેળઃ

વિવિધ પ્રકારની ખાદ્ય ચીજવસ્તુઓમાં ભેળસેળ માટે વપરાતા જુદા જુદા પ્રકારના પદાર્થોની ચર્ચા નીચે કરવામાં આવી છેઃ-

દૂધઃ દૂધ એ ભારતમાં સૌથી વધુ ભેળસેળ કરવામાં આવતી ચીજ છે. દૂધની ભેળસેળમાં પાણીનું ઉમેરણ, ફેટ કાઢી લેવી, કાંજી ઉમેરવી, મલાઇ કાઢી લીધેલા દૂધ પાવડરનો ઉમેરો, સોડિયમ બાયકાર્બોનેટ, સોડિયમ કાર્બોનેટ જેવા અક્રિયક રસાયણ ઉમેરવા વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. અમુક કિસ્સાઓમાં તો યુરિયા ખાતર, એમોનિયમ સલ્ફેટનો ઉમેરો અને ખાંડનો ઉમેરો પણ થતો હોવાનું જાણમાં આવેલ છે.

દૂષકોના પ્રકારમાં **DDT** જેવા જંતુનાશકોના અવશિષ્ટ ભાગ, ઓકિસટેટ્રાસાયકલિન, પેનિસિલિન અને સ્ટ્રેપ્ટોમાયસીન જેવી પશુ ચિકિત્સામાં વપરાતી દવાઓનો સમાવેશ થાય છે.

અમુક કિસ્સાઓમાં તો દૂધને ફાટી જતું અટકાવવા માટે અથવા દૂધ સામાન્ય તાપમાને સામાન્ય સ્થિતિમાં જળવાઇ રહે તે માટે જેન્ટામાયસીન પણ ઉમેરવામાં આવતું હોય છે. છેલ્લા કેટલાક વર્ષોથી બજારમાં **"સિન્થેટીક દૂધ"** મળતું હોવાના અખબારી અહેવાલો મળ્યા છે.

દૂધની પ્રોડકટોઃ દૂધમાંથી અનેક દૂધપેદાશો તૈયાર કરવામાં આવે છે. દૂધનો માવો વિવિધ પ્રકારની મીઠાઇઓમાં વપરાતી સૌથી વધુ વપરાતી મિલ્ક પ્રોડકટ છે. માવામાં સામાન્ય રીતે સ્ટાર્ચ એટલે કે કાંજી અને સોડિયમ બાયકાર્બોનેટ અને સોડિયમ કાર્બોનેટ જેવા દૂધમાં ભેળસેળ કરવાના અન્ય તમામ પદાર્થો વપરાય છે.

માવામાં સૂક્ષ્મજૈવિક ચેપ પણ ચિંતાનું એક બીજું કારણ છે. દૂધની બનાવટોમાં થતી ભેળસેળમાં શીખંડમાં કાંજી, સેલ્યુલોઝ, દહીંમાં સેકરીન, રોઝ મિલ્કમાં રહોડામિન, માખણમાં છૂંદેલા બટેટા વિ.નો સમાવેશ થાય છે.

ચાંદીના વરખને બદલે એલ્યુમિનિયમનો વરખ નાંખવામાં આવતા રંગનું પરવાનગીપાત્ર હોય તેનાથી પણ વધુ પ્રમાણ વિ. દૂધની બનાવટોની ભેળસેળનો બીજો પ્રકાર છે.

ધાન્ય અને ધાન્ય પેદાશોઃ ધાન્યોમાં મળી આવતી ભેળસેળના પ્રકારમાં બાહ્ય ચીજવસ્તુઓ એટલે કે રેતી, બીજા અખાદ્ય રજકણો, મોટા પ્રમાણમાં જીવજંતુઓ, સડી ગયેલા અનાજ વિ.નો સમાવેશ થાય છે. મેંદો અથવા આટો બનાવવામાં ઘઉં વપરાતા હોય તેમાં જીવાંત અથવા ધનેડા હોય છે અને તેમાંનું નત્રિલ દ્રવ્ય **(gluten content)** ફૂગના ચેપને કારણે ઓછું હોય છે અને તેના કારણે બંધાતી કણક અત્યંત હલકી ગુણવત્તાની હોય છે. સોજીમાં પણ લોખંડની કતરણની ભેળસેળ કરવામાં આવતી હોય છે.

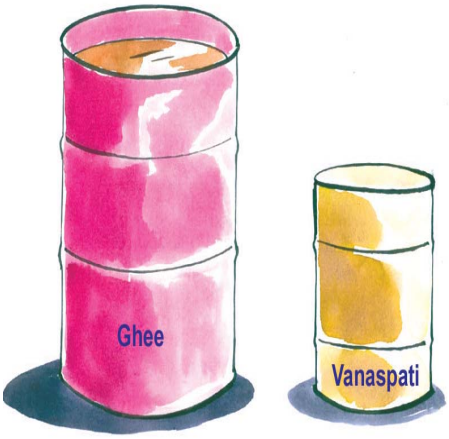
કઠોળ અને કઠોળની બનાવટોઃ ભારતના મોટાભાગના હિસ્સામાં ઉગતી લાંગની દાળ **(Lathyrus Satuis)** એક ઝેરી કઠોળ છે અને મોટા ભાગના રાજયોમાં લાંગની દાળ માનવ વપરાશ માટે વેચાણમાં મૂકવાનો પ્રતિબંધ છે. આ કઠોળ દેખીતી રીતે તુવેરદાળ જેવું જ લાગતું હોય છે અને તેનો લોટ બનાવવાથી બંગાળી ચણાના લોટમાં આસાનીથી ભળી જતો હોવાથી

લાંગની દાળ (કેસરી દાળ)ની બંગાળી ચણાદાળમાં ભેળસેળ કરવામાં આવતી હોય છે.

કઠોળ, બંગાળી ચણાનો લોટ, મઠની દાળમાં પીળો રંગ ઉમેરવો, દિવેલ તેલથી કઠોળને મોણ કરવું, મેગ્નેશિયમ સિલિકેટનું ઉમેરણ વિ. કઠોળ અને તેની બનાવટોમાં થતી ભેળસેળનો બીજો એક પ્રકાર છે.

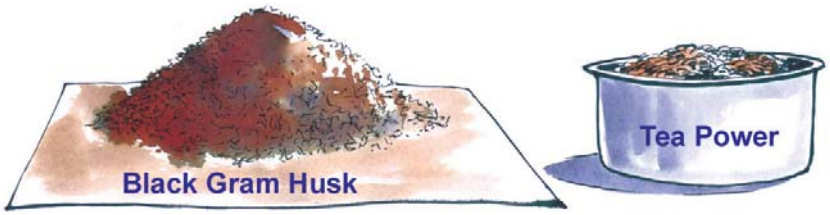
ખાદ્યતેલ અને ફેટ (ચરબી): ભેળસેળની સૌથી વધુ સંભાવના ખાદ્યતેલમાં રહેતી હોય છે. ભારતમાં રસોઇમાં વઘારના માધ્યમ તરીકે અથવા તો મોટા ભાગની રસોઇના માધ્યમ તરીકે સીંગતેલ, કોપરેલ અને સરસવ તેલનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

સીંગતેલમાં જોવા મળેલા ભેળસેળના પદાર્થોમાં દીવેલના તેલ, ખનીજ તેલ અને સોયાબીન, કપાસિયા, પામોલીન, સરસિયાના બીયાના તેલ વગેરે જેવા અનેક સસ્તા ખાદ્યતેલોનો સમાવેશ થાય છે. સરસવના તેલમાં દારૂડી(પીળા ધતૂરા)નું તેલ, સિન્થેટીક, એલિસોથિઓસાઇનેટ ની ભેળસેળ કરવામાં આવે છે. અને ભેળસેળમાં વપરાતા સસ્તા તેલમાં તલના તેલ, અળસીના તેલ, સરસિયાના તેલ, સીંગતેલ અને દીવેલ તેલનો સમાવેશ થાય છે. સરસવના તેલમાં અમુક વખત રંગની ભેળસેળ પણ જોવા મળતી હોય છે. કોપરેલ તેલનો ઉપયોગ દીવેલ તેલ, ખનીજતેલ અને પામોલીન તેલમાં ભેળસેળ માટે કરવામાં આવતો હોય છે. **"વનસ્પતિ"** જેવા તેલની ભેળસેળ દીવેલ, ખજૂરી વિ. જેવા પ્રતિબંધિત તેલમાં કરવામાં આવતો હોય છે. ઘીમાં વનસ્પતિ, પ્રાણીની ચરબી, કૃત્રિમ સુગંધની ભેળસેળ કરવામાં આવે છે અને કયારેક તો કૃત્રિમ રંગ પણ ઉમરેવામાં આવતો હોવાનું ધ્યાનમાં આવ્યું છે.



મરીમસાલાઃ દૂધ પછી સૌથી વધુ ભેળસેળ કરવામાં આવતી હોય તો તેમાં મરીમસાલા ભેળસેળની બાબતમાં બીજું સ્થાન ધરાવે છે. વરાળનું નિસ્યંદન કરીને એલચી કે લવિંગમાંથી તેલ કાઢી લવાની પ્રથા વર્ષો પુરાણી છે. મસાલાઓમાં સૌથી વધુ ભેળસેળ પીસેલી હળદરમાં કરવામાં આવતી હોય છે.

મસાલામાં ભેળસેળ કરવા માટે વપરાતા પદાર્થોમાં ટેરટ્રાઝિન, મેટાનિલ યલો, લીડ ક્રોમેટ જેવા કૃત્રિમ રંગો અને તે ઉપરાંત મકાઇ કે જુવારની કાંજી, બટેટા અને સાબુદાણા જેવી સસ્તી ખેતપેદાશોની સમગ્ર શ્રેણીનો સમાવેશ થાય છે.



ચાઃ ચા અને કોફીમાં ચાની ભૂકીમાં ભેળસેળનું પ્રમાણ વધુ હોય છે. ચામાં જણાઇ આવતા ભેળસેળ કરવા માટેના પદાર્થોમાં કાજુની ફોતરી, કાળા ચણાની ફોતરી, ચાની નકામી ફોતરી, સિન્થેટિક રંગો, લોઢાનો વહેર વિ.નો સમાવેશ થાય છે. મશીનરીના કાયમી ઉયોગને લીધે થતા નુકસાનને લીધે લોઢાનો વહેર ચાની પત્તી પર પ્રવેશે છે.

મીઠાઇઓઃ બાળકો મીઠાઇના મોટા ગ્રાહક ગણાય છે. અને તેમને આકર્ષવા માટે મોટાભાગની મીઠાઇઓમાં વધુ પડતા રંગોનો ઉપયોગ થાય છે. રહોડામીન, ઓરેન્જ, મેટાનીલ યલો જેવા પ્રતિબંધિત રંગો પણ મીઠાઇમાં નાખવામાં આવતા હોય છે. મીઠાઇમાં સેકરીન એક એવો પદાર્થ છે કે જેનો ઉપયોગ ભેળસેળ કરવા માટે મોટાપાયે થાય છે.

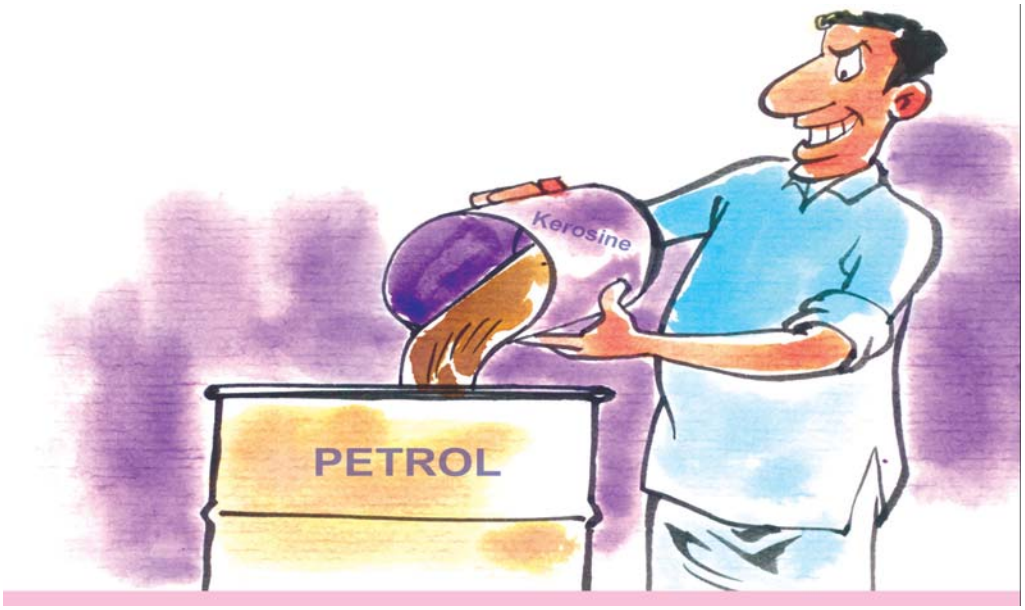
ફળો અને શાકભાજીઃ ખોરાકમાં ભેળસેળ કરવામાં આવતા નવા સ્વરૂપોમાં કાપેલા ફળો પર રંગોના ઉમેરણ કરવામાં આવતું હોવાનું ધ્યાન પર આવ્યું છે. ભારતમાં કાચા કૃત્રિમ રીતે પકવવા પર પ્રતિબંધ છે. લીલા વટાણાને **"મેલેશીટ્ ગ્રીન"** નામના રસાયણથી રંગવામાં આવતા હોય છે.

ખાદ્યચીજને લાગતો ચેપઃ

ખોરાકમાં/ખાદ્યચીજોમાં ભેળસેળ ઉપરાંત, ખાદ્યચીજોમાં આવતો ચેપ અથવા સડો એક એવી સમસ્યા છે જેનાથી ગ્રાહકોના આરોગ્યને ખૂબ જ માઠી અસર થાય છે.

ખોરાકને લાગતો સૂક્ષ્મજૈવિક ચેપ ખોરાક સલામતીને જંતુનાશક દવાઓ, પશુચિકિત્સામાં વપરાતી દવાઓના અવશિષ્ટ ભાગ અથવા ભારે ધાતુઓ જેવા રાસાયણિક પ્રદૂષકો કરતા પણ વધુ ગંભીર જોખમો સર્જે છે.

રાસાયણિક પ્રદૂષકોમાં જંતુનાશક/ઉધઇનાશક દવાઓનો વધતો હિસ્સો ચિંતાના મોટા કારણરૂપ છે. એવી જ રીતે, ડીડીટી, આલ્ડ્રીન, ડાઇ-આલ્ડ્રીન વિ. જેવા જંતુનાશકો/ઉધઇનાશકો જેવા સેન્દ્રિય કલોરિન ધરાવતા રસાયણો ખોરાક સલામતી માટે ગંભીર ખતરારૂપ છે. આ જંતુનાશકોનો કૃષિ ઉપયોગ કરવા પર પ્રતિબંધ મૂકવામાં આવ્યો છે. દૂધ અને દૂધની બનાવટો અન્ય કોઇપણ ખાદ્યચીજની તુલનામાં વધુ ચેપની અથવા દૂષિત થવાની સંભાવના ધરાવે છે.



ભેળસેળ શોધી કાઢવા માટેના પરિક્ષણોઃ

સરળ પરિક્ષણો, રાસાયણિક પરિક્ષણો અને પ્રયોગશાળા પરિક્ષણોનો ઉપયોગ કરીને ભેળસેળ શોધી શકાય છે. આ પરિક્ષણો માટે નીચેના કોષ્ટકથી વિસ્તૃત કાર્યરીતિ આપવામાં આવી છે;

સરળ પરિક્ષણઃ

ચીજનું નામ	ભેળસેળમાં વપરાતો પદાર્થ	પરિક્ષણની કાર્યરીતિ
ચાની ભૂકી	લોઢાની કતરણ	કાગળ પર થોડી ચાની ભૂકી મૂકો. તેની નીચે લોહ ચુંબક મૂકીને આમતેમ ઘસો. લોઢાનો વહેર ચુંબકને ચોંટી જશે.
ચાની પત્તી	લાકડાનો વહેર અને કૃત્રિમ રંગ	ભીના બ્લોટિંગ પેપરની ઉપર ચાની પત્તી મૂકો. ભેળસેળયુકત ચાની પત્તી તરત જ રંગ છોડી દેશે.
મરચાંની ભૂકી	લાકડાનો વહેર અને રંગ	પાણી ભરેલા પ્યાલામાં મરચાની ભૂકી છાંટો. લાકડાનો વહેર સપાટી પર તરશે અને ઉમેરેલા રંગથી પાણી રંગીન બનશે.
ધાણા	લાકડાનો વહેર	પાણીના પ્યાલામાં ધાણાની ભૂકી નાંખો. લાકડાનો વહેર પાણીની સપાટી પર તરશે.
અનાજ, ખાંડ, અને કઠોળ	અસેન્દ્રિય પદાર્થમાં નાની કાંકરી, રેતી અને માટીનો સમાવેશ થાય છે જયારે સેન્દ્રિય પદાર્થમાં ભૂંસુ, ફોતરાં, તણખલાં, બહારના ખાદ્ય બીયારણોનો સમાવેશ થાય છે.	ભૌતિક પરિક્ષણ દ્વારા સરળતાથી શોધી શકાય છે. એટલે કે નરી આંખે દેખાઇ આવે છે.
મોટી એલચી	નાની એલચી	મોટી એલચીને તેની સપાટી પર કોઇ સળ હોતી નથી. જયારે નાની એલચીને ફાટ અને સળ હોય છે.
ટેલ્કમ પાઉડર	-	સીંગને ઘસતાની સાથે તે હાથ સાથે ચોંટી જાય છે. જેમાં આવશ્યક તેલની ગેરહાજરી જણાય છે.
કોફી	ચીકોરી	ઠંડા પાણીમાં થોડી કોફી નાંખીને હલાવો, કોફી પાણીની સપાટી પર તરશે જયારે ચીકોરી પાણીના તળિયે બેસી જશે અને પાણી બદામી લાલ રંગનું થઇ જશે.
	આંબીલાના ઠળિયાનો ભૂકો	પાણીમાં થોડી કોફી નાંખીને હલાવો, આંબીલાના ઠળિયાનો ભૂકો પાણીમાં નીચે બેસી જશે જયારે શુદ્ધ કોફી ગ્લાસના પાણીની ઉપર તરતી રહેશે.

લાલ ચણાદાળ	કેસરી દાળ	કેસરી દાળ ફાચર જેવા આકારની ખાસિયત ધરાવે છે અને તેથી લાલ ચણાદાળથી તેને સરળતાપૂર્વક અલગ રીતે પારખી શકાય છે.
મરી	પપૈયાના બીજ	પાણીના પ્યાલામાં પપૈયાના બીજ નાંખો. પપૈયાના બીજ મરીની સરખામણીમાં સુંવાળા અને ગોળ હોય છે અને પાણીના પ્યાલામાં નાંખવામાં આવ્યે તરતા રહે છે.
દૂધ	ડિટર્જન્ટ	દૂધ અને પાણી માપી શકાય તેવી જારમાં સરખા હિસ્સામાં લઇ અને બરાબર હલાવીને તેનું મિશ્રણ કરો. દૂધમાંથી પરપોટા ઊઠે તો દૂધમાં ભેળસેળ છે એવું જાણી શકાય.
મીઠું	રેતી, કાંકરી, પથ્થરો	એક ચમચી મીઠું બીકરમાં લઇને પાણી ઉમેરો અને બરાબર હલાવો.
ખાંડ	ગ્રીટ (રેતીની કણી)	પાણીના પ્યાલામાં ખાંડને હલાવીને ઓગાળો. ખાંડ ઓગળી જશે જયારે કાંકરી ઓગળશે નહીં.
હીંગ	રાળ અથવા ગુંદર	હીંગને પાણીમાં મિશ્રિત કરો. શુદ્ધ હીંગ પાણીમાં રંગીન સ્વરૂપમાં દૂધ જેવું સફેદ દ્રાવણ બની ઓગળી જશે.
	માટી અને નાની કાંકરી	હીંગને પાણીના પ્યાલામાં નાંખતાની સાથે માટી અને કાંકરી પાણીના તળીયે બેસી જશે.
સાબુદાણા	રેતી, શંખજીરૂ	સાબુદાણાને તપાવો. મોંમા મૂકવાથી તે કઠણ અને કણીદાર લાગે છે. જયારે શુદ્ધ સાબુદાણા સળગવાથી ઓગળી જાય છે અને ભાગ્યે જ તેની કોઇ રાખ રહેતી હોય છે.
હળદર	લાકડાનો વહેર	પાણીના પ્યાલામાં હળદર નાંખો. લાકડાનો વહેર પાણી ઉપર તરે છે
રવો	લોઢાની કતરણ	રવા ઉપર લોહચુંબક મૂકતાની સાથે લોઢાની કતરણ ચુંબકને ચોંટી જશે.
ઘઉંનો લોટ	ભૂંસુ અથવા ફોતરી.	ઘઉંના લોટને પાણીના પ્યાલામાં નાંખો. ભૂંસુ પાણીની સપાટી પર તરતું રહેશે.
રાઇ	દારૂડી (પીળા ધતુરાના બીજ)	દારૂડીના બીજ ગોળ અને લીસા હોય છે અને બિલોરી કાચ હેઠળ જોવાથી તેને સરળતાથી પારખી શકાય છે.
કોપરેલ	ખનીજતેલ	કોપરેલને થીજાવવાથી આનું પરિક્ષણ કરી શકાય છે. કોપરેલ તેલ થીજી જશે જયારે ખનીજતેલ પ્રવાહી સ્વરૂપમાં જ રહેશે.

રાસાયણિક પરિક્ષણ

ચીજનું નામ	ભેળસેળમાં વપરાતો પદાર્થ	પરિક્ષણની કાર્યરીતિ
કોપરેલ	દીવેલ તેલ	એક મીલીલિટર કોપરેલ તેલ લો અને દસ મીલીલિટર સિડીફાઇડ પેટ્રોલીયમ ઇથર લો. અને તેનું બરાબર દ્રાવણ બનાવો. આમાં એલ્યુમિનિયમ મોલીબ્ડનેટમાંથી તૈયાર થાય છે તે સાંદ્ર (કન્સન્ટ્રેટેડ) હાઇડ્રોકલોરિક એસિડ ઉમેરો. જો કોપરેલ તેલમાં ભેળસેળ હોય તો પાત્રના તળિયે વાદળાં જેવી રચના દેખાશે.
રસોઇનું તેલ	દારૂડીનું તેલ	નમૂનામાં સાંદ્ર નાઇટ્રિક એસિડ ઉમેરીને પાત્રને બરાબર હલાવો. એસિડના સ્તર પર દેખાતો લાલાશ પડતો બદામી રંગ દારૂડીના તેલની હાજરી સૂચવે છે.
ઘી	વનસ્પતિ	કસનળીમાં પાંચ મીલીલિટરનો એક નમૂનો લો. તેમાં પાંચ મીલીલિટર હાઇડ્રોકલોરિક એસિડ અને તેમાં ૨ ટકા વનસ્પતિ તેલનું ૦.૪ મીલીલિટર દ્રાવણ લો અથવા સુગર ક્રિસ્ટલ (ખાંડના સ્ફટિક) નાંખો. પ્યાલાને છલોછલ ભરીને બે મિનિટ સુધી હલાવો. દ્રાવણમાં ગુલાબી અથવા લાલ રંગ થવાથી ઘીમાં વનસ્પતિની હાજરી જણાય છે.
માખણ	મીઠા બટેટા, બટેટા	પાંચ મીલીલિટર માખણ લઇને તેને ગરમ કરીને ઓગળી જાય તે પછી ઠંડુ પડવા દો અને તેમાં એમોનિયા ઉમેરો. જો માખણમાં ભેળસેળ હશે તો તેનો રંગ તરત જ બદલાઇને વાદળી થઇ જશે.
મધ	ખાંડ, ચાસણી	પાંચ મીલીલિટર મધ અને પાંચ મીલીલિટર ઇથર લઇને બરાબર મિશ્રણ બનાવો. ઇથરનું સ્તર અલગ થાય ત્યારે તેમાં બે થી ત્રણ મીલીલિટર (resarsinal) ઉમેરો. મિશ્રણ લાલ રંગનું થઇ જશે.
લાલ ચણાદાળ	કેસરી દાળ	નમૂનામાં પાંચ મીલીલિટર હાઇડ્રોકલોરિક એસિડ ઉમેરીને મિશ્રણ તૈયાર કરો અને પંદર મિનિટ સુધી રહેવા દો. જો મિશ્રણમાં ગુલાબી રંગ જણાય તો તે એવું સૂચવે છે કે લાલ ચણાદાળમાં ભેળસેળ છે.
કઠોળ	મેટાનીલ યલો	નમૂનામાં મીઠાવાળું પાણી અને હાઇડ્રોકલોરાઇડ ઉમેરવાથી દ્રાવણ લાલ રંગનું જણાય છે.
	લીડ ક્રોમેટ	નમૂનામાં પાંચ મીલીલિટર પાણી અને ચારથી પાંચ ટીપા હાઇડ્રોકલોરિક એસિડના નાંખો. જો ભેળસેળ હશે તો લાલ રંગ જણાશે

ઘઉંનો લોટ	ચોકનો ભૂકો	નમૂનાની ચકાસણી કરવા માટે દસ મીલી. કાર્બન ટ્રેટાકલોરાઇડ ઉમેરો. ધૂળ માટી વગેરે દ્રાવણના તળિયે બેસી જશે.
લાલ મરચું	કૃત્રિમ રંગ	મરચાંની ઉપર પ્રવાહી પેરેફીનમાં બોળેલું સુતરાઉ કપડું ઘસો અથવા એક ચમચી મરચું સળગાવો. જો ભેળસેળ હશે તો રાખ ઉપરથી ખ્યાલ આવશે.
હળદર	મેટાનીલ યલો	નમૂનામાં સાંદ્ર હાઇડ્રોકલોરિક એસિડના કેટલાક ટીપા ઉમેરો. તરત જ જાંબલી રંગ દેખાશે જે પાણીમાં ઓળગવાથી અદ્રશ્ય થઇ જશે. આ શુદ્ધ હળદરની ખાસિયત છે. જો રંગ ટકી રહે તો મેટાનીલ યલોની હાજરી સૂચવે છે.
દૂધ	કાંજી	૫ મીલીલિટરનો નમૂનો લો, ગરમ કરીને તેને ઠંડો પડવા દો. ત્યારબાદ તેમાં, આયોડીનના ૨ થી ૩ ટીપા નાંખો. જો દૂધમાં કાંજીની ભેળસેળ હોય તો વાદળી રંગનું જણાશે.

પ્રયોગશાળાના પરિક્ષણો

ચીજનું નામ	ભેળસેળમાં વપરાતો પદાર્થ	પરિક્ષણની કાર્યરીતિ
હળદર	જુવારનો લોટ, ઘઉંનો લોટ	ચપટીભર હળદરનું નિરીક્ષણ માઇક્રોસ્કોપ હેઠળ કરો. કણના ખૂણાઓનું ખાસ નિરીક્ષણ કરો. હળદરમાં ભેળસેળ હશે તો કણ સફેદ અને નરમ જણાશે.
દૂધ	પાણી	લેકટોમીટરથી દૂધના નિશ્ચિત ગુરુત્વનું માપન કરો. સામાન્ય દૂધનું ગુરૂત્વ મૂલ્ય ૧.૦૩૦ અને ૧.૦૩૪ વચ્ચેનું હોય છે.

ખોરાક ભેળસેળને પહોંચી વળવાના ઉપાયોઃ

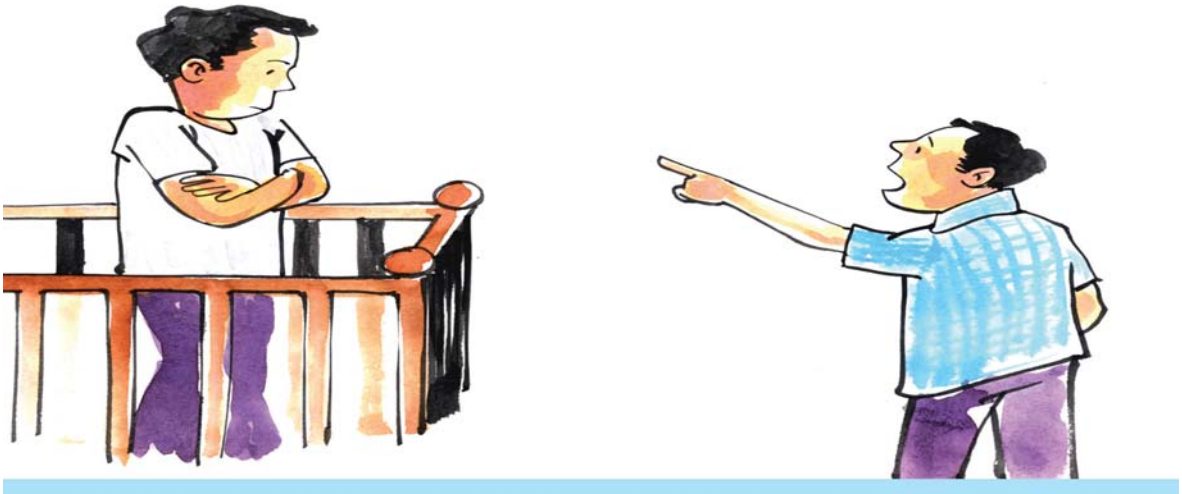
નીચેના પગલાઓ લઇને ખોરાક ભેળસેળની સમસ્યા ઉકેલી શકાય છેઃ-

→ સામૂહિક જનજાગૃતિ.
→ ગુણવત્તાયુકત પ્રોડકટ બજારો.
→ દરેક જિલ્લામાં પ્રોડકટોની ચકાસણી માટે પ્રયોગશાળાઓ સ્થાપવી.
→ ખોરાક ભેળસેળ માટે કડક સજા.
→ ખોરાક ભેળસેળની સામે લડત આપવા માટે લોકોની સક્રિય સહભાગિતા.

ખોરાક ભેળસેળ મોટું જાહેર જોખમ છે. તેનાથી લોકોનું ચૈતન્ય હણાય છે. ખોરાકની સલામતી ખોરાકની ગુણવત્તાની પ્રાથમિક જરૂરિયાત છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી ગ્રાહકોને ખોરાક ભેળસેળ સામે લડત આપવાની સત્તા મળે છે. આ અધિનિયમ અનુસાર, ભારતમાં માનવવપરાશ માટે વેચાતો હોય તેવો કોઇ પણ ખોરાક અધિનિયમ હેઠળ ઠરાવેલા નિયમો, વિનિયમો અને ધોરણો અનુસાર હોવો જરૂરી છે.

ખોરાક ભેળસેળની સમસ્યાને લોકો, સરકારી અને બિનસરકારી સંસ્થાઓ અને ખાનગી ક્ષેત્રોના સંયુકત પ્રયાસોથી જ પહોંચી વળી શકાય.



::::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. ખોરાક ભેળસેળ શું છે ?

૨. દૂધ, ખાદ્યતેલ અને મસલાઓમાં સામાન્ય રીતે ભેળસેળ કરવા માટેના પદાર્થોની યાદી બનાવો.

૩. કોઇ પણ પાંચ ખાદ્યચીજોમાંની ભેળસેળ માટે શોધી કાઢવા માટે વપરાતી રાસાયણિક ચકાસણી સમજાવો.

૪. ખોરાક ભેળસેળને અંકુશમાં રાખવા માટેના પગલાઓનું વર્ણન કરો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – ખોરાક ભેળસેળનું નિદર્શન

- પાંચ જૂથ બનાવો.
- તમારી શાળાએ આપેલી ખોરાક ભેળસેળ તપાસની કીટમાં વર્ણવેલી કાર્યવાહી અનુસરીને નકકી કરેલા પાંચ સ્થળોએ ખોરાક ભેળસેળ પર નિદર્શનનું આયોજન કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – ફલેશ કાર્ડ સ્ટોરી

- ખોરાક ભેળસેળ અને આરોગ્ય પર તેની અસરો એ વિષય પર ફલેશ કાર્ડ સ્ટોરી તૈયાર કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૩ – પ્રદર્શન

- ભેળસેળ કરેલી અને ભેળસેળ ન કરેલી હોય તેવી ખાદ્યસામગ્રી એકત્રિત કરીને શાળામાં તેનું પ્રદર્શન ગોઠવો.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. જુદા જુદા ખોરાકમાં થતી ભેળસેળ અને ચેપના પ્રકારો અને આરોગ્ય પર થતી તેની અસરો સમજવી.

૨. ખોરાક ભેળસેળની તપાસણીની પદ્ધતિઓ સમજવી.

૩. ખોરાક ભેળસેળમાંથી ગ્રાહકની સુરક્ષા કરવા માટેના કાનૂની ઉપાયો સમજવા.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::::

STANDARD FURUKAWA
SONIC
WARRANTY CARD

BATTERY DETAILS

Type 38B20R	Date of Sale 11/9/02
Mfg. Code 562	Sr. No. 138474

Signature & Stamp of Dealer with Address & Telephone No.

SRI SAI BATTERIES
7-1-400/12, Balkampet Road,
Ameerpet, Hyderabad 500 016
Ph. 3714436

The Dealer Confirms Having Received the "Registration" Card

CONDITI
(Ref

1. THE TEAR OFF PO NEEDS TO BE FILL OVER TO THE DEA BEING PURCHASE SEND THIS TO T FOR REGISTRATIC
2. THE WARRANTY CLAIMS ARISING
3. It is advised that months are adhere
4. The Service Recor dealer of the maintenance. WITHOUT THIS LIABLE TO BE HE
5. Our batteries are solely from the workmanship. C entertained. The W sale to the origin
6. In the event of a returned untar Company's Auth inndia. Delivery battery will be F.C

WARRANTY CARD
CUSTOMER COPY

Model No. 775 Serial No GH01000919
Name of Purchaser K. K. Raja
Address
Landmark
Phone No. (Residence) (Office)
Date of purchase 26/2/03 Dealer's signature & stamp
Customer's Signature

LUCKY AGENCIES
10-3-187/A, St. John's Road
SECUNDERABAD - 500 026

P/NO: 3840R-W009A

ગેરંટી અને વોરંટી

ગ્રાહકને કોઇ પ્રોડકટ પોતાના નાણાના બદલામાં મળતી હોય છે. બજારમાં એવું બનતું હોય છે કે પ્રોડકટ ખરીદવાની ઇચ્છા ધરાવતો ગ્રાહક બજારમાં નાણા સાથે પ્રવેશ કરે છે. પ્રોડકટ વેચનાર પાસે રહેલી હોય છે.

વેચનાર પ્રોડકટનો ભાવ નકકી કરે છે અને વેચાણ માટે મૂકે છે. જયારે ગ્રાહક પ્રોડકટ ખરીદવા માગતો હોય ત્યારે તે વેચનારને પ્રોડકટની કિંમત ચૂકવવા માટે જવાબદાર બને છે.

વેચાણ માટે પ્રોડકટ મૂકતો વેચનાર પોતાને પ્રોડકટની કિંમત મળે ત્યારે પ્રોડકટ વેચવા માટે તૈયાર થતો હોય છે. આ કાર્યવાહી દરમિયાન ગ્રાહક અને વેચનાર વચ્ચે એક પ્રકારનો કરાર થતો હોય છે.

વેચનાર પોતાને પ્રોડકટના બદલામાં નાણા મળે ત્યારે પ્રોડકટનું હસ્તાંતરણ કરવા માટે તૈયાર થતો હોય છે. એવી જ રીતે ગ્રાહક પોતાના નાણાનું હસ્તાંતરણ કરવા માટે તૈયાર થતો હોય છે અને પ્રોડકટના બદલામાં વેચનારે નકકી કરેલી કિંમત મુજબ નાણા ચૂકવવા સહમત થતો હોય છે.

તેથી, માલ અને સેવાઓની ખરીદી એ નાણાની ચૂકવણી માટેના વિનિમયમાં કંઇક મેળવવા માટે થતું કબૂલાતનામું અથવા કરાર છે.

કાયદેસર અને માન્ય કરારના તમામ સિદ્ધાંતો માલ અથવા સેવાઓના કોઇ પણ વેચાણને લાગુ પડે છે.

માલ અથવા સેવાઓનું કોઇ પણ વેચાણ મુકત રીતે અને કોઇ પણ પ્રકારના દબાણ વગર સહમત થતી હોય તેવી, કાનૂની રીતે સક્ષમ એવી બે વ્યકિતઓ વચ્ચે અવેજ (નાણા) બદલ થતું હોવું જોઇએ.

કોઇ વેચાણ કરવામાં આવે ત્યારે તમામ વેચાણોને કરારના સિદ્ધાંતો લાગુ પડે છે. માલ અથવા સેવાઓનું વેચાણ કરવા માટેના કરારનામાના ભંગ બદલ થતા નુકસાન અથવા તો ખામીયુકત માલ અથવા સેવાઓ પૂરી પાડવા બદલ થતા કોઇ નુકસાનનો નિર્ણય ભારતના કરાર અધિનિયમ અનુસાર કરવામાં આવે છે.

ગેરંટીઃ

"ગેરંટી" અથવા "ગેરંટી માટેનો કરાર" કરાર અધિનિયમ હેઠળ ઉદ્ભવે છે. ગ્રાહકને પોતે ખરીદેલી પ્રોડકટ બદલ ગેરંટી મળે છે. ગેરંટી એ મોટા ભાગે ઉત્પાદક વતી વેચનારે આપેલું વચન છે. ગ્રાહક અને વેચનાર વચ્ચે કરાર થાય છે.

માલની ખરીદીઓ અને વેચાણનો માલ વેચાણ અધિનિયમ હેઠળ આવરી લેવામાં આવ્યા છે. માલ વેચાણ અધિનિયમથી એવી જોગવાઇ કરી છે કે માલના તમામ વેચાણ અને ગ્રાહકોએ કરેલી તમામ ખરીદીને સલામતી અને ગુણવત્તાના અમુક પ્રાથમિક ધોરણોથી આવરી લેવામાં આવે છે.

જયારે કોઇ માલનું વેચાણ થાય ત્યારે ગ્રાહકને પ્રોડકટની ગુણવત્તાની ખાતરી આપવામાં આવે છે.

માલનું વેચાણ ચોકકસ શરતો અને વોરંટીઓ હેઠળ થાય છે. આ શરતો અને વોરંટીઓ પ્રોડકટને વધુ સ્પર્ધાત્મક બનાવવા માટે ઉત્પાદકો અથવા વેચનાર દ્વારા રજૂ કરવામાં આવતી હોય છે. ઉત્પાદક અથવા વેચનાર વોરંટીમાં જણાવેલી બોલીઓ અને શરતોને કબૂલ થવા બંધાયેલો છે.

ગેરંટી અને વોરંટી – આ બે શબ્દો સામાન્ય રીતે બજારમાં વપરાય છે. **"ગેરંટી"** અથવા **"ગેરંટી માટેના કરાર"**ને **કરાર અધિનિયમ** હેઠળ આવરી લેવામાં આવેલ છે. શરતો અને વોરંટીઓને **માલ વેચાણ અધિનિયમ** હેઠળ આવરી લેવામાં આવેલ છે.

ગેરંટી લેખિત અથવા મૌખિક હોઇ શકે. મુખ્ય ઋણીના લાભ માટે કરેલું કંઇ પણ અથવા આપેલું કોઇ વચન ગેરંટી આપવા માટેની ખાતરીનું પૂરતું અવેજ ગણી શકાય.

વોરંટીઃ

પ્રોડકટ નિષ્ફળ જાય તેવા કિસ્સામાં અથવા તેની કામગીરી ખોરંભે પડે તેવા કિસ્સામાં ગ્રાહકના હિતની સુરક્ષા માટે વોરંટી ઘડવામાં આવે છે જયારે મુદ્દતના સંબંધમાં પ્રોડકટના ટકાઉપણા માટે ગેરંટી આપવામાં આવે છે.

વોરંટી ગર્ભિત અથવા લેખિત હોઇ શકે. માલની યોગ્યતાના સંબંધમાં સૂચિત અર્થમાં વોરંટીઓ હોય છે. જયારે પ્રોડકટને વધુ સ્પર્ધાત્મક બનાવવા માટે ઉત્પાદક અથવા વેચનાર દ્વારા લેખિત વોરંટી આપવામાં આવતી હોય છે; જે સૂચિતાર્થ ધરાવતી શરતો અને વોરંટીઓની ઉપરાંતમાં હોય છે.

સામાન્ય સિદ્ધાંતોઃ

ગ્રાહકે ગેરંટી, વોરંટી અને બોલીઓ અને શરતોની કાળજીપૂર્વક ચકાસણી કરવી જોઇએ.

૧) ગેરંટીમાં ગેરંટીનો પ્રકાર અને તેનું પ્રમાણ સ્પષ્ટ અને સહેલાઇથી જણાઇ આવે તે રીતે પ્રગટ થવી જોઇએ.

૨) કઇ પ્રોડકટ અથવા પ્રોડકટના કયા ભાગ માટે ગેરંટી આપવામાં આવે છે તેની કાળજીપૂર્વક ચકાસણી કરવી જોઇએ.

૩) મુકરર પ્રોડકટ અથવા તેના ભાગની કઇ ખાસિયતો અથવા ગુણધર્મો ગેરંટી હેઠળ સમાવેલા અથવા ગેરંટીમાંથી બાકાત રાખેલા છે તેની કાળજીપૂર્વક ચકાસણી કરવી જોઇએ.

૪) ગેરંટીનો સમયગાળો સ્પષ્ટ રીતે જણાવેલો હોવો જોઇએ.

૫) ગેરંટી હેઠળ દાવેદારની જવાબદારીઓ સ્પષ્ટ રીતે નિર્દિષ્ટ કરેલી હોવી જોઇએ.

૬) ગેરંટી આપનારની જવાબદારીઓ એટલે કે તે પ્રોડકટ દુરસ્ત કરી આપશે, તેના નાણા પરત આપશે અથવા પ્રોડકટ બદલી આપશે વિ. જેવી બાબતો સ્પષ્ટ થયેલી હોવી જોઇએ.

૭) ગેરંટી આપનારની ઓળખ સ્પષ્ટ રીતે જણાવેલી હોવી જોઇએ. કારણ કે, ગેરંટી આપનાર વેચાણકર્તા અથવા ઉત્પાદક હોઇ શકે છે.

૮) ગેરંટીનો સમયગાળો નિર્દિષ્ટ કરેલો હોવો જોઇએ.

૯) વોરંટીના કિસ્સામાં વોરંટી પૂર્ણ છે કે આંશિક તે જણાવેલું હોવું જોઇએ.

સંપૂર્ણ વોરંટીનો અર્થ એવો થાય છે કે વેચનાર અથવા ઉત્પાદક પ્રોડકટમાંની કોઇ ખામીને વોરંટીમાં જણાવેલી સમયમર્યાદાની અંદર કોઇ પણ પ્રકારનો ચાર્જ લીધા વગર દુરસ્ત કરી આપવાની અથવા પ્રોડકટ બદલી આપવાની બાંહેધરી આપે છે.

વોરંટી ઉપરાંત વેચનાર અથવા ઉત્પાદક દ્વારા "સેવા કરાર" વેચી શકાય છે. પરંતુ તેને વોરંટી ઉપર લાદી શકાતો નથી અથવા વોરંટીની સાથે જોડી શકાતો નથી.

ગ્રાહક સાથે છેતરપીંડી

ગેરંટી અને વોરંટીની શરતો ઠરાવવામાં ગ્રાહકને છેતરવાની પ્રથા અતિ સામાન્ય છે. સામાન્ય રીતે બોલીઓ અને શરતો અત્યંત ઝીણા અક્ષરોમાં અને સામાન્ય કે બોલચાલમાં વપરાતી ન હોય તેવી ભાષામાં છાપવામાં આવે છે.

વેચનારે પોતાના ગેરંટી કે વોરંટી કાર્ડ પર પોતાનો કાયદેસરનો સિકકો લગાવીને ફરજિયાતપણે સહી કરવાની હોય છે. ગ્રાહક આ બાબતે વાકેફ ન હોવાથી વેચનાર તેને ઘણી વખત ગેરમાર્ગે દોરે છે.

ગ્રાહકની જવાબદારીઓ

ગ્રાહકે વધુ સજાગ બનવું જોઇએ. તેણે, -

૧) બોલીઓ અને શરતો સ્પષ્ટ રીતે વાંચવી જોઇએ.
૨) સમજમાં ન આવતી હોય તેવી શરતો અંગે ખુલાસા મેળવવા જોઇએ.
૩) ગેરંટીનો સમયગાળો જાણી લેવો જોઇએ.
૪) વોરંટીની શરતો જાણવી જોઇએ.
૫) પૂર્ણ અને આંશિક વચનો જાણવા જોઇએ.
૬) જરૂર પડે તેવા કિસ્સામાં દાવો કઇ રીતે કરવો તે જાણી લેવું જોઇએ.
૭) વોરંટીમાં તારીખ અને વોરંટી આપનારની સહી અને સિકકો છે કે કેમ તે જાણવું જોઇએ.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. **"ગેરંટી"** શું છે ?

૨. ગેરંટી કાર્ડમાં કયા પાસા નિર્દિષ્ટ કરવા જોઇએ તેની યાદી બનાવો.

૩. ગેરંટી અને વોરંટી વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – ગેરંટી કાર્ડ

- ગેરંટી કાર્ડ એકત્ર કરો.
- ગેરંટી કાર્ડમાં નોંધેલી બોલીઓ અને શરતો નોંધો.
- નિર્દિષ્ટ કરેલો સમયગાળો નક્કી કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – વોરંટી કાર્ડ

- વોરંટી કાર્ડ એકત્ર કરો.
- નિર્દિષ્ટ કરેલી શરતોની ચકાસણી કરો.
- શરતોના વ્યવહારુ પાસા વિશે જૂથમાં ચર્ચા કરો.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

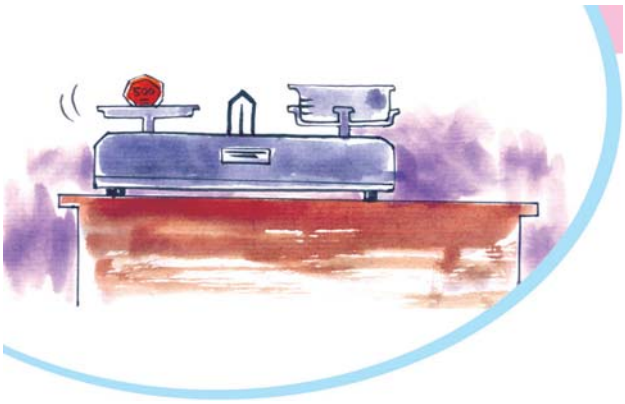
૧. ખરીદી કરતી વખતે ગેરંટી અને વોરંટીના સંદર્ભો ઝીણવટપૂર્વક ચકાસવાની ટેવ કેળવો.

૨. ગેરંટી અને વોરંટીના અનુસંધાનમાં પ્રોડકટની ચકાસણી કરતી વખતે કઇ બાબત ચકાસવી તે અંગે સાથી ગ્રાહકને મદદ કરો.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::

તોલ અને માપ

તોલ અને માપ જુદા જુદા પ્રકારના હોય છે. વેપારીઓ અને વેપાર વાણિજ્યના ડીલરો દ્વારા તોલમાપના સાધનો વાપરવામાં આવતા હોય છે. તોલમાપમાં માનકીકરણની પદ્ધતિ સ્વતંત્રતા પછી દેશમાં અમલમાં મૂકેલો એક મહત્વનો સુધારો છે. મેટ્રિક સિસ્ટમ પર આધારિત તોલમાપના એકરૂપ ધોરણો દેશમાં સ્થાપવામાં આવ્યા.



સરકારનો મુખ્ય ધ્યેય તોલમાપ અને વેપારીઓ/ડીલરો દ્વારા વપરાતા તોલમાપના સાધનોની ચોકસાઇ સુનિશ્ચિત કરવાનો અને ગ્રાહકોને તેમના નાણાનું મૂલ્ય મેળવવામાં તેમના હિતોની સુરક્ષા કરવાનો છે.

કાનૂની તોલમાપ વિભાગ તોલમાપને લગતા તેમજ તોલમાપના સાધનોને લગતા જુદા જુદા કાયદાઓનો અમલ કરે છે.

કાનૂની તોલમાપ વિભાગ નીચેની પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરે છેઃ-

૧. તોલમાપ, તોલમાપના સાધનોની ખરાઇ અને તેની પર મહોર લગાવવી.

૨. વેપારીઓ ખરાઇ કરેલા તોલમાપનો ઉપયોગ યોગ્ય રીતે કરે છે કે કેમ તેનું સમયાંતરે નિરીક્ષણ કરવું અને કાયદાના કોઇ ઉલ્લંઘન બદલ કેસો નોંધવા

૩(ક) ઉત્પાદકના નામ અને સરનામા

(ખ) ચીજવસ્તુના નામ

(ગ) ચોખ્ખું વજન અથવા માપ

(ઘ) પેકિંગની તારીખ

(ચ) મહત્તમ છૂટક કિંમત (તમામ કરવેરા સહિત)ના સ્વરૂપમાં વેચાણકિંમતનો

એકરાર સુનિશ્ચિત કરવા માટે પેક થયેલી ચીજવસ્તુની ચકાસણી કરવી અને ઉપરની કોઇ બાબતનો એકરાર ન કરવા બદલ કેસ નોંધવા.

૪. પેક થયેલી ચીજવસ્તુઓ મહત્તમ છૂટક કિંમતથી વધુ કિંમતે વેચવામાં નથી આવતી તેવું તપાસવા માટે આકસ્મિક નિરીક્ષણો હાથ ધરવા.

૫. વેપારીઓ ચીજવસ્તુઓ આપવામાં ઓછા તોલમાપનો ઉપયોગ કરે છે કે કેમ તે ચકાસવા માટે આકસ્મિક નિરીક્ષણો હાથ ધરવા.

૬. વેપારીઓ ખેડૂતો પાસેથી કરાર અનુસારના જથ્થાને તેના માટે ચૂકવણી થયેલ નાણાથી વધુ ચીજવસ્તુઓ પડાવીને છેતરે છે કે કેમ તે ચકાસવા માટે આકસ્મિક નિરીક્ષણો હાથ ધરવા.

૭. ભેળસેળ નાથવા માટે પેટ્રોલ અને ડીઝલના ખરીદવેચાણને લગતા નિયંત્રણ હુકમોનું અમલીકરણ.

૮. ખાદ્યતેલોના ફરજિયાત પેકેજિંગનું અમલીકરણ.

ગ્રાહકોના અધિકારઃ

ગ્રાહકો ચીજવસ્તુના તોલમાપના પ્રમાણમાં નાણા ચૂકવે છે. તેથી તે નીચે મુજબના અધિકારો વાપરી શકેઃ-

→ ચીજવસ્તુના પેકિંગ, તોલ, માપ અને સીલ વગેરેને લગતી માહિતીનો અધિકાર.

→ ઠરાવેલા ધોરણો, તોલમાપ અને અંક ધરાવતી હોય તેવી જ ચીજવસ્તુઓ/માલ ખરીદવાનો અધિકાર.

→ ખરીદી કરતા પહેલા ખરા પેકેજ, સીલ, તોલ અથવા માપ માટે કોઇ ચીજવસ્તુને તપાસવાનો અધિકાર.

→ પ્રમાણીકરણની ચકાસણીના હેતુ માટે દરેક સંદર્ભ માનક, ગૌણ ધોરણ અને કામગીરી ધોરણ જાણવાનો અધિકાર.

→ ગ્રાહકોના ઉપર જણાવેલા હિતના સંબંધમાં અધિનિયમની જોગવાઇઓનું ઉલ્લંઘન કરતી હોય તેવી કોઇ વ્યકિત અથવા કંપની સામે અદાલતી કાર્યવાહી માંડવાનો અધિકાર.

→ બાળકોના આહાર, બિસ્કિટ, બ્રેડ, કોફી અને ચા, દૂધ પાઉડર વિ. જેવી અમુક ચીજવસ્તુઓ માત્ર ધોરણસરના પેકેજમાં ખરીદવાનો અધિકાર.

ફરિયાદ કઇ રીતે કરવી.

→ ચીજવસ્તુઓ અને માલ વેચવા માટે ડીલરો/વેપારીઓ દ્વારા વપરાતા તોલમાપ અથવા તોલમાપ માટે વપરાતા સાધનો ચકાસવાનો કોઇ પણ ગ્રાહકને અધિકાર છે. જયારે તેને વેપારી/ડીલર દ્વારા આપવામાં આવતા જથ્થા કે પ્રમાણ વિશે શંકા થાય ત્યારે તે તોલ-માપ અથવા તોલ-માપમાં વપરાતા સાધનની ચકાસણી કરી શકે છે.

→ ગ્રાહક તોલ, માપ, તોલમાપમાં વપરાતા સાધનો પર કાનૂની તોલમાપ વિભાગે લગાવેલા સીલ/મહોર તેમજ વિભાગે કાઢી આપેલું પ્રમાણપત્રની ખરાઇ કરીને સુનિશ્ચિત કરી શકશે કે તોલમાપને પ્રમાણનની માન્યતા મુદ્દતથી આવરી લીધેલા છે. તેણે એવી પણ ખાતરી કરવી જોઇએ કે સીલ/સ્ટેમ્પ તોડયા વગરના છે. અને વેપારી અથવા ડીલરે તેની સાથે કોઇ ચેડા કર્યા નથી.

→ સીલ કે સ્ટેમ્પ સાથે કોઇ ચેડા થયાનું ધ્યાનમાં આવે તો ગ્રાહકે, જેના હવાલા હેઠળ દુકાન અથવા સંસ્થા આવતી હોય તે કાનૂની તોલમાપ નિરીક્ષકની સમક્ષ તરત જ લેખિત ફરિયાદ કરવી જોઇએ અથવા જિલ્લા મુખ્યમથકે જિલ્લા કાનૂની તોલમાપ નિરીક્ષકની સમક્ષ સીલ/સ્ટેમ્પ સાથે થયેલા ચેડા, માન્યતા મુદ્દત પૂરી થયા પછી પણ તેની નોંધણી ન થઇ હોય તે બાબતમાં લેખિત ફરિયાદ કરવી જોઇએ.

→ ગ્રાહક આવી બાબતમાં તાત્કાલિક પગલા લેવા માટે જિલ્લા સ્તરે નાગરિક પુરવઠા સત્તાધિકારીઓને ફરિયાદ કરી શકે છે.

::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. કોઇ ચીજવસ્તુની ખરીદી કરતા પહેલા તોલના સંબંધમાં ગ્રાહકે કઇ સાવચેતીઓ લેવી જોઇએ ?

૨. વજનીયા, સીલ કે સ્ટેમ્પ સાથે કોઇ ચેડા થવાનું ધ્યાન પર આવે તો ફરિયાદ કઇ રીતે કરવી ?

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – બજારની મુલાકાત

✦ ત્રણ જૂથ બનાવો.

✦ નીચે પૈકી કોઇ એક સ્થળની મુલાકાત લો.

- શાકપીઠ
- સોના ચાંદીની દુકાન
- કરિયાણાની દુકાન
- વાજબી ભાવની દુકાન
- પેટ્રોલપંપ
- સ્થાનિક ડેરી
- મીઠાઇની દુકાન

✦ તેઓ વાપરતા હોય તે તોલમાપની ચકાસણી કરવી.

✦ કાનૂની તોલમાપ વિભાગે લગાવેલા સીલ/સ્ટેમ્પની ચકાસણી કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – દ્રશ્ય સાધનો

✦ તોલમાપ કઇ રીતે ચકાસવા તે રીત દર્શાવતો ચાર્ટ તૈયાર કરવો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૩ – પ્રદર્શન

✦ સ્થાનિક કાનૂની તોલમાપ વિભાગની મદદથી પ્રદર્શનનું આયોજન કરો.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. ચીજવસ્તુની ખરીદી કરતી વખતે તોલ અને માપ ચકાસવાની ટેવો પાડો.

૨. વેપારી દ્વારા ખામીયુકત તોલ અને માપના ઉપયોગના કિસ્સામાં તરત પ્રતિભાવ આપવો.

વિજ્ઞાપન

વિજ્ઞાપન એ બજારનું એક આખરી ઓજાર છે. વિજ્ઞાપન ગ્રાહકોનું વલણ અને વપરાશની પદ્ધતિ બદલી શકે છે. વિજ્ઞાપન દ્વારા ઉત્પાદક કોઇ પ્રોડકટને બજારમાં ઓળખ આપીને ગ્રાહકોના માનસમાં વિશ્વાસનું નિર્માણ કરી શકે છે.

ધ્યેય

વિજ્ઞાપન કરવાનો મુખ્ય ધ્યેય કંપનીની પ્રોડકટનું વેચાણ વધારવાનો હોય છે. વિજ્ઞાપનનો મુખ્ય ધ્યેય ગ્રાહકોને આકર્ષવાનો હોય છે.

આજે માનવજીવનના તમામ ક્ષેત્રોમાં વિજ્ઞાપન પ્રવર્તમાન છે. તે સૌથી વધુ આકર્ષક, ભપકાદાર અને દ્રશ્ય હોય તેવું સંચારનું માધ્યમ છે.

ઉત્પાદકો અથવા વેપારીઓ દ્વારા વિજ્ઞાપનનો ઉપયોગ,-

→ પ્રોડકટ વિશે જાણકારી આપવા માટે કરવામાં આવે છે.
→ ગ્રાહકને પ્રેરવા માટે કરવામાં આવે છે.
→ સમસ્યાઓના વધુ સારા ઉકેલના સૂચન માટે કરવામાં આવે છે.
→ પ્રોડકટ માટેની જરૂરિયાત ઊભી કરવા માટે કરવામાં આવે છે.
→ ગ્રાહકોની માનસિકતા સાથે રમત કરવામાં આવે છે.
→ વેચાણ વધારવા માટે કરવામાં આવે છે.
→ જિજ્ઞાસા ઊભી કરવા માટે કરવામાં આવે છે.

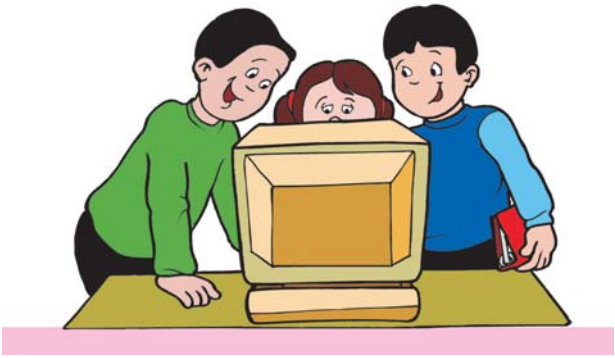
ભ્રામક અને ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપન ખોટું નિવેદન ધરાવતી જાહેરાત ઠગાઇ ગણાય છે. જયારે કોઇ જાહેરાત કોઇ શ્રોતાગણની પ્રત્યક્ષનિષ્ઠ પ્રક્રિયામાં દાખલ કરવામાં આવે અને તે પ્રત્યક્ષનિષ્ઠ પ્રક્રિયા

→ પરિસ્થિતિની વાસ્તવિકતાથી અલગ હોય
→ ગ્રાહકની ખરીદી વર્તણૂકને પ્રતિકૂળ અસર કરતી હોય ત્યારે

ઠગાઇ સંકલ્પનાત્મક રીતે અસ્તિત્વમાં આવે છે.

ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપન

જયારે કોઇ વસ્તુઓની ઇરાદાપૂર્વક ચૂક કરવામાં આવે અથવા ખરીદનારની વર્તણૂકને અન્યથા અસર કરે અથવા ખોટા દાવા કરવામાં આવે ત્યારે તેવું વિજ્ઞાપન ગેરમાર્ગે દોરતું વિજ્ઞાપન બને છે.



છેતરામણી અને ગેરમાર્ગે દોરતી સામાન્ય પ્રથાઓ

→ હકીકતોનું ખોટું અને ગેરમાર્ગે દોરતું નિરૂપણ.
→ જેનું અસ્તિત્વ જ ન હોય તેવો લાભ દર્શાવવો.
→ જરૂરી માહિતીની ઇરાદાપૂર્વક ચૂક કરવી.
→ સાંસ્કૃતિક અવનતિ ઊભી કરવી.
→ સ્પર્ધકોની ખુલ્લી ટીકા કરવી.
→ ગ્રાહકોના માનસમાં ભય પેદા કરવો.
→ હાનિકારક પ્રોડકટો અને સેવાઓ માટે જાહેરાત કરવી.
→ ગ્રાહકોના માનસમાં દ્વિધાઓ પેદા કરવી.
→ અફવાઓ ફેલાવવી.

ગેરકાનૂની પ્રથાઓ

નીચેના કોઇ પણ નિવેદન મૌખિક રીતે અથવા લેખિતમાં અથવા દ્રશ્ય નિરૂપણથી કરવામાં આવે તેને ગેરકાનૂની ગણાય છેઃ-

ક) માલ અથવા સેવા કોઇ ચોકકસ ધોરણ, ગુણવત્તા, કક્ષા, શૈલી અથવા આદર્શ પરિસ્થિતિ ધરાવતી હોવાની ખોટી રજૂઆત કરવી.

ખ) ફરીથી બનાવેલા, અગાઉ વપરાયેલા, નવેસરથી ઓપ આપેલા, ફરીથી દુરસ્ત કરેલા અથવા જૂના માલને નવા માલ તરીકે દર્શાવતી ખોટી રજૂઆત.

ગ) વેચનાર અથવા પુરવઠાદાર પોતે ખરેખર ધરાવતો ન હોય એવી સ્પોન્સરશીપ અથવા મંજૂરી અથવા જોડાણ પોતે ધરાવે છે એવી ખોટી રજૂઆત.

ઘ) કોઇ પ્રોડકટ અથવા કોઇ માલની કામગીરી, કાર્યક્ષમતા અથવા આવરદાના સંબંધમાં પૂરતા અથવા યોગ્ય પરિક્ષણના આધાર વગરની વોરંટી અથવા ગેરંટી લોકોને આપવી.

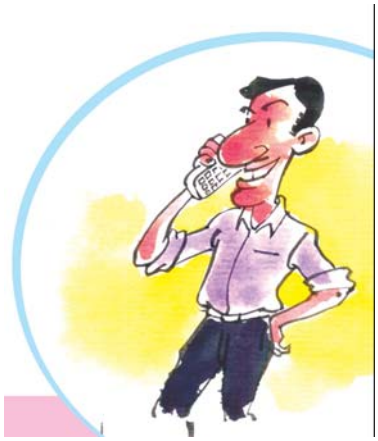
ચ) પ્રોડકટ/માલ અથવા સેવાઓ સામાન્ય રીતે જે કિંમતે વેંચવામાં આવતી હોય તેની કિંમતના સંબંધમાં લોકોને ગેરમાર્ગે દોરવા.

છ) જે માલ અથવા સેવાઓ સોદાબાજીની કિંમતે વેચાણથી અથવા પુરવઠાથી પૂરો પાડવાનો ઉદ્દેશ ન હોય તેવા માલ અથવા સેવાઓનું સોદાબાજીની કિંમતે વેચાણ અથવા તે પૂરી પાડવા માટે કોઇ પણ સ્વરૂપમાં કોઇ પણ વિજ્ઞાપન પ્રસિદ્ધ કરવાની છૂટ આપવી.

જ) વેપારીએ ભ્રામક હોય અથવા નિંદાસ્પદ અથવા અશિષ્ટ હોય તેવા અથવા ભારતમાં લોકોની નાજુક લાગણી દુભાય તેવા કોઇ વ્યાપાર ચિહ્નનનો ઉપયોગ ન કરવો જોઇએ.

ઝ) ચમત્કારિક સારવારો ગેરકાનૂની પ્રથા ગણાશે.

ટ) જેની સારવાર ખરેખર શકય જ ન હોય તેવા રોગની સારવારનો દાવો કરવો.



ભારતીય વિજ્ઞાપન ધોરણ પરિષદ (Advertisement Standards Counsil of India - ASCI)

ભારતીય વિજ્ઞાપન ધોરણ પરિષદ વિજ્ઞાપનકારો, વિજ્ઞાપન એજન્સીઓ, વર્તમાનપત્રો અને વિજ્ઞાપનમાં સંકળાયેલા અન્ય માધ્યમો દ્વારા સ્થપાયેલી એક સંસ્થા છે. પરિષદે સ્વ-નિયમન માટેની આચારસંહિતા ઘડેલી છે. આ આચારસંહિતા નીચેના ચાર મૂળભૂત સિદ્ધાંતો પર આધારિત છેઃ-

(ક) વિજ્ઞાપન સાચા અને પ્રામાણિક હોવા જોઇએ અને ગેરમાર્ગે દોરતા હોવા ન જોઇએ.

(ખ) જાહેર ગરિમાના સામાન્ય રીતે સ્વીકૃત સિદ્ધાંતોની ટીકા ન કરતા હોવા જોઇએ.

(ગ) સ્પર્ધામાં વાજબીપણાનું એવી રીતે પાલન કરતા હોવા જોઇએ કે બજારમાં પસંદગીઓની બાબતમાં ગ્રાહકને માહિતગાર થવાની જરૂરિયાત સુનિશ્ચિત થાય અને ધંધામાં સામાન્ય રીતે સ્વીકૃત સ્પર્ધાત્મક વર્તણૂકના નિયમોનું પાલન કરવામાં આવે.

(ઘ) સમાજને અથવા વ્યકિતઓને જોખમરૂપ ગણાતી હોય તેવી પ્રોડકટના ઉત્તેજન માટે દ્વિધાયુકત રીતે વિજ્ઞાપનનો ઉપયોગ ન કરવો જોઇએ.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમથી પણ સુધારણાત્મક વિજ્ઞાપનો પ્રસિધ્ધ કરવા માટે વિજ્ઞાપનકારોને આદેશ આપવા માટે ગ્રાહક અદાલતોને સત્તા આપવામાં આવી છે. વચગાળાના હુકમો બહાર પાડવાની નવી જોગવાઇઓ પણ ખોટા અને ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનોના સંબંધમાં મદદરૂપ થાય છે.

::::::::::::::::::::::::::::::::

સ્વાધ્યાયઃ

૧. ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનો શું છે ?

૨. ઉત્પાદકો અને ગ્રાહકોને વિજ્ઞાપનથી થતા લાભની યાદી બનાવો.

૩. ઉત્પાદકો દ્વારા અનુસરવામાં આવતી ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનોની સામાન્ય પ્રથાઓ ઓળખો.

૪. કોઇ એક પેઢીના વિજ્ઞાપનો લઇને તેમાંની ખામીઓ નકકી કરો.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – નિર્ણાયક મૂલ્યાંકન

✦ કોઇપણ એક વિજ્ઞાપન પસંદ કરો.

✦ વિજ્ઞાપન મારફત આપવામાં આવતો સંદેશો નકકી કરો.

✦ વિજ્ઞાપનમાં આપવમાં આવતી માહિતીની યાદી બનાવો.

✦ ઉત્પાદક દ્વારા આપવામાં આવતી ખાતરીઓ ઓળખો.

✦ ઉત્પાદકો દ્વારા આપવામાં આવતી ખાતરીઓ પર ગ્રાહકોના અભિપ્રાય મેળવો.

✦ ઉત્પાદકોની ખાતરીઓ અને ગ્રાહકોના અભિપ્રાયો વચ્ચેની ત્રૂટિ નકકી કરો.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – પ્રદર્શન

✦ અમુક વિજ્ઞાપનો એકત્ર કરો.

✦ અસલી અને ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનો નકકી કરો.

✦ પ્રદર્શન ગોઠવવું.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. જાગૃત દ્રષ્ટિ કેળવવી અને વિજ્ઞાપનોની ચકાસણી કરવી.

૨. ગેરમાર્ગે દોરતા વિજ્ઞાપનો પ્રત્યે પ્રત્યાઘાત આપવો.

૩. સાથી ગ્રાહકોને સંગઠિત કરીને ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતીની સામે અભિયાન શરૂ કરવું.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::::

ગ્રાહક શિક્ષણ

ગ્રાહક સુરક્ષા નાગરિકો સરકારનો સંયુકત પ્રયાસ બનવો જોઇએ. આ આંદોલનની સફળતા તમામ પ્રકારના શોષણની વિરૂદ્ધ મકકમ પ્રતિકારનું નિર્માણ કરવાની ક્ષમતા પર જ આધારિત છે.

ગ્રાહકો સહિયારો પ્રતિકાર કરે તો જ ગ્રાહક સુરક્ષા શકય બને.એકાદ ગ્રાહક માટે પોતાના અધિકારો માટે લડત આપવી અત્યંત મુશ્કેલ બની જાય છે.

તમામ પ્રકારના શોષણોની વિરૂદ્ધ સહિયારો પ્રતિકાર પૂરો પાડવા માટે સંગઠિત થવા માટે ગ્રાહક સંગઠન આદર્શ ઢાંચો છે.

ગ્રાહક સંગઠનનો મુખ્ય હેતુ ગ્રાહકના અધિકારોની સુરક્ષા કરવાનો અને બજારમાં સામાજિક ન્યાય અને વાજબીપણાને ઉત્તેજન આપવાનો છે.

દરેક ક્ષેત્રમાંના ગ્રાહકોને પોતપોતાની વિશિષ્ટ સમસ્યાઓ હોય છે. ગ્રાહકની સ્થાનિક સમસ્યા શોધી કાઢીને પરામર્શ, શિક્ષણ અને માહિતી સેવાઓ મારફત તેનો ઉકેલ લાવવાનો પ્રયાસ ગ્રાહક સંગઠન માટે મહત્વનો વિષય છે.

ધ્યેયઃ

દેશનો દરેક નાગરિક ગ્રાહક હોવાથી ગ્રાહકોના અધિકારો અને તેમના હિતોની સુરક્ષા ગ્રાહક સંગઠનનો મુખ્ય ધ્યેય છે.

ગ્રાહક સંગઠનના કાર્યોઃ

ગ્રાહક સંગઠને અત્યંત મહત્વની ભૂમિકા ભજવવાની છે. ગ્રાહક સંગઠને કરવાની મહત્વની કામગીરીઓ નીચે મુજબ છે.

→ સ્થાનિક ગ્રાહકોને શિક્ષણ અને માહિતી પૂરી પાડવી.
→ ગ્રાહક સમસ્યાઓ પર સંશોધન હાથ ધરીને તેના ઉકેલ શોધવા.
→ ગ્રાહકો સાથે કામ કરવું અને તેમની સમસ્યાઓ ઉકેલવામાં તેમને મદદ કરવી.
→ તકરારના કિસ્સામાં સલાહ અને માર્ગદર્શન પૂરૂ પાડવું.
→ જાહેર હિતના કાર્યક્રમોનું આયોજન કરવું.

ગ્રાહક સંગઠનના ઉદ્દેશોઃ

→ ગ્રાહકોમાં તેમના અધિકારો, જવાબદારીઓ અને ક્ષમતાઓ અંગે જાગૃતિનું નિર્માણ કરવું.

→ ગ્રાહક તકરારો, માર્ગદર્શન, શિક્ષણ અને સંશોધન હાથ ધરવા.

→ ખરા તોલ અને માપ, ગુણવત્તાના ધોરણો અને ગ્રાહકોને સલામતી સુનિશ્ચિત કરવાના હેતુથી પગલા લેવાં.

→ જ્ઞાન અને માહિતી એકત્રિત કરીને ગ્રાહકો સુધી તેનો પ્રસાર કરવો.

→ જાહેર હિતના વિષયો પર જાહેર ચર્ચા કરીને લોકોની વિચારસરણી વિશે સરકારના તંત્રોને ખ્યાલ આપવો.

→ અન્યથા અંસગઠિત હોય તેવી વ્યકિતઓ માટે જાહેર ફોરમ પૂરા પાડવા.

→ ગ્રાહક સુરક્ષા પ્રવૃત્તિઓને ઉત્તેજન આપવું.

→ પગલા કાર્યક્રમો મારફત ગ્રાહક પ્રતિકાર વિકસાવવો.

→ કાનૂની કાર્યવાહી, સંસદસભ્યો અને ધારાસભ્યોના જાહેર શિક્ષણ મારફત ગ્રાહક પગલા માટે હકારાત્મક કાર્યવાહીઓ અનુસરવી. તંત્ર સમક્ષ ગ્રાહક હિતોની હિમાયત કરવી.

→ ગ્રાહકોના અધિકાર સંબંધી બાબતો પર સરકારી, અર્ધસરકારી અને જાહેર સત્તાધિકારીઓ સમક્ષ પ્રતિનિધિત્વ કરીને નિવારણ મેળવવા માટે લોકોને મદદ કરવી.

→ ગ્રાહક પ્રોડકટો અને સેવાઓના પરિક્ષણ અને મૂલ્યાંકનની આલોચના કરવી, તે હાથ ધરવામાં મદદ કરવી અને તેમાં ઉત્તેજન આપવું.

→ સબળ સ્વતંત્ર ગ્રાહક આંદોલનને પ્રોત્સાહન આપવું, ઉત્તેજન આપવું અને તેનું જતન કરવું.

→ ગ્રાહક પ્રોડકટો અને સેવાઓની ગુણવત્તા, કામગીરી અને સલામતીના મૂલ્યાંકનમાં અહેવાલ આપવા માટે તેમજ અભિપ્રાય આપવા માટે ગ્રાહક ફરોમોને સંગઠિત કરવા અને લોકોને મદદ કરવી.

→ ગ્રાહકો માટે કામ કરતી રાષ્ટ્રીય અને પ્રાદેશિક સંસ્થાઓ કામ કરતી હોય તેમાં ગ્રાહકો પોતાની સમસ્યાઓની ચર્ચા કરી શકે અને શકય ઉકેલ વિચારી શકે તેમાં ફોરમ પૂરું પાડવું.

→ ગ્રાહક સંશોધનો હાથ ધરવા. તેના પુરસ્કર્તા બનવું અથવા તેમાં સમર્થન આપવું.

→ સમાચારપત્રો, સામયિકો, બુલેટિન અને પુસ્તિકાઓ છપાવીને તેનો જાહેર પ્રસાર કરવો.

→ પુસ્તકાલયો અને પ્રયોગશાળાઓ સ્થાપવી અને નિભાવવી.

→ શાળા, કોલેજો અને યુનિવર્સિટીઓમાં ગ્રાહક શિક્ષણ દાખલ કરવાના પ્રયાસો કરવા.

વિદ્યાર્થી પ્રવૃત્તિઓ

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૧ – ક્ષેત્રીય મુલાકાત

- ✦ સ્થાનિક સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનની મુલાકાત લેવી.
- ✦ તેના સંસ્થાકીય માળખાનું અવલોકન કરવું.
- ✦ તેમાં હાથ ધરવામાં આવતી પ્રવૃત્તિઓ ઓળખવી.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૨ – અતિથિ વ્યાખ્યાન

- ✦ તમારા નગરમાં સક્રિય સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનના પ્રમુખનું અતિથિ વ્યાખ્યાન ગોઠવવું.

પ્રવૃત્તિ ક્રમાંકઃ ૩ – ગ્રાહક સંગઠનની રચના કરવી.

- ✦ ધ્યેય અને ઉદ્દેશો નકકી કરવા.
- ✦ વ્યવસ્થાપક મંડળની ચૂંટણી કરવી.
- ✦ બેઠકનું સંચાલન કરવું.

અધ્યયન પરિણામો

વિદ્યાર્થીઓ તરફથી નીચેની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છેઃ-

૧. સામૂહિક પગલા માટે પ્રેરિત બનવું.

૨. સામૂહિક પ્રતિનિધિત્વની ક્ષમતા સમજવી.

૩. સહિયારા ઉદ્દેશ માટે સંગઠિત બનવા માટે સાથી ગ્રાહકોને પ્રોત્સાહન આપવું.

::::::::::::::::::::::::::::::::::::::