

खेड तालुका शिक्षण प्रसारक मंडळाचे

साहेबरावजी बुट्टेपाटील महाविद्यालय

राजगुरुनगर, ता.खेड जि.पुणे ४१०५०५

वाणिज्य विभाग

प्रथम वर्ष वाणिज्य

सत्र १

विषय

ग्राहक संरक्षण आणि व्यावसायिक नितीमुल्ये-।

प्रकरण 2

ग्राहक शिक्षण आणि जागृती

प्रकरण २ ग्राहक शिक्षण आणि जागृती

ग्राहक संघटना :-

प्रस्तावना

भारतीय ग्राहक अगदी आजच्या आधुनिक व तंत्रज्ञानाच्या काळात देखील विविध समस्यांना सामोरे जात असलेला आपण सर्वच जण पाहतो. आजही भारताच्या विविध प्रदेशांमध्ये अनेक सेवांची तसेच उत्पादनाची उपलब्धता होतेच असे नाही. ग्राहकांनी त्यांच्या हक्क आणि कर्तव्याच्या बाबतीत जागरूक व्हावे तसेच त्यांनी अशिक्षित राहू नये, ग्राहकांपर्यंत असणाऱ्या कायद्यांबाबत सातत्याने जागरूक व्हावे यासाठी शासनाने स्वतः पुढारी घेऊन विविध कार्यक्रम राबविले आणि ग्राहकांमध्ये जाणीव जागृती निर्माण करण्याचा प्रयत्न केला.

व्याख्या-

“ग्राहक संघटना म्हणजे अशी संघटना कि जी ग्राहकांना त्यांच्या हक्क व जबाबदाऱ्या यांची जाणीव करून देऊन त्यांना सुरक्षित करण्याचे कार्य करते”

भारतातील ग्राहक संघटनांचा उदय

भारतामध्ये सुरुवातीच्या काळात ज्या ग्राहक संघटना निर्माण झाल्या त्यांचे स्वरूप हे प्रामुख्याने स्थानिक होते आणि त्यांच्या पुढील ध्येये हि देखील मर्यादित स्वरूपाची होती. भारतामध्ये १९१५ मध्ये स्थापित झालेली Passengers and Traffic Relief Association (PATRA) मुंबई येथे स्थापन झाली. तसेच Women Graduate Union हि संस्था देखील मुंबई येथे स्थापन झाली. भारतामध्ये १९५६ मध्ये स्थापन झालेली Indian Association of Consumer (IAC) हि भारतातील सर्वात पहिली संघटना अशी कि जी शासनाच्या आधाराने ग्राहकांच्या संदर्भात कार्य करत होती तर १९६० मध्ये गुजरात येथे Gayatri Charitable Trust हि संस्था स्थापन झाली. तसेच १९७४ मध्ये अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत हि संस्था पुणे येथे स्थापन झाली.

सर्वसाधारण विचार करता ग्राहक संघटनेला खऱ्या अर्थाने सुरुवात हा दिल्ली विद्यापीठ १९८३-९४ मध्ये सर्व प्रथम झाल्याचे दिसून येते. या विद्यापीठातील विद्यार्थी आणि शिक्षकांनी एकत्र येऊन ग्राहक शिक्षणाच्या संबंधाने एक संघटना स्थापन केली ज्याचे नोंदणीकरण यांनी साधारणपणे तीन वर्षांनंतर केले. या संघटनेचे जे प्रतिनिधी होते ते विविध कार्यालयीन विशेषतः शासकीय कार्यालयीन समित्यांशी संबंधित सदस्य होते.

ग्राहक संघटनांचे महत्व

१) शासनावरती दबाव-

ग्राहक संघटना या शासन आणि ज्या स्थानिक स्वराज्य संस्था आहेत संस्थांवरती सातत्याने दबाव टाकण्याचा प्रयत्न करत असतात. त्याचप्रमाणे ग्राहकांच्या संदर्भात असणारी जी कायदेविषयक तरतूद आहे त्या कायदे विषयक तरतुदींमध्ये देखील सुधारणा शासनामार्फत घडून आणण्यासाठी सातत्याने प्रयत्न करीत असतात.

२) ग्राहकांचे संघटन-

समाजामधील विविध स्तरांवरील लोक हे ग्राहकाची भूमिका विविध उत्पादनांच्या मार्फत निभावत असतात. त्यामुळे ग्राहकाचे अधिकार या लोकांपर्यंत पोहोचवून त्यांचे संघटन करण्याचे काम या ग्राहक संघटना करत असतात

३) माहिती पुरविणे-

बाजारपेठेत अस्तित्वात असणारा ग्राहक वर्ग जो असतो तो सगळंच ग्राहक वर्ग हा काही सुशिक्षित नसतो. काही ग्राहक हे अशिक्षित देखील असतात. अशा वेळेस या ग्राहक संघटना अशा अशिक्षित, दरिद्री आणि अल्प उत्पन्न गट असणाऱ्या ग्राहकांना अन्न पदार्थांमधील भेसळ, अयोग्य व्यवहार विनिमय पद्धती या संदर्भात उपायोजना यांची माहिती त्यांना समजेल अशा विविध माध्यमातून देत असतात.

४) जागरूकता निर्माण करणे-

ग्राहकांना त्यांचे हक्क आणि कर्तव्ये त्याचबरोबर त्यांच्या जबाबदाऱ्या त्यांच्या संदर्भात ग्राहकांना जागरूक करणे यामध्ये या ग्राहक संघटना महत्वाची भूमिका बजावत असतात. मूलतः ग्राहक हक्क आणि कर्तव्य आणि बाजारपेठ यांच्या संदर्भात भारतासारख्या बिकासनशील देशात जागरूकता निर्माण होणे हे महत्वाचे आहे आणि ग्राहकांमध्ये हीच जागृती करण्याचे प्रयत्न संघटनांकडून केले जातात.

५) ज्ञानाचं विकास -

ग्राहक ज्या बाजारपेठेत सातत्याने संपर्कात येत असतो त्या बाजारपेठेत, उद्योग व्यवसाय संस्था ,उत्पादनाच्या पद्धती,विपणनाच्या पद्धती यांमध्ये सातत्याने बदल होत असतात हे बदल होत असताना या बदलांची माहिती हि ग्राहकाला असणे आवश्यक आहे. याकरिता ग्राहक ज्ञानाचा विकास करणे हि महत्वाची भूमिका या ग्राहक संघटना करत असतात.

६) आदर्श ग्राहक चळवळ निर्माण करणे -

ग्राहक हा बाजारपेठेचा एक महत्वाचा व प्रथम घटक आहे. एक ग्राहक म्हणून त्याला सक्षम करत असतात या ग्राहक संघटना ग्राहकाला एक चांगला नागरिक म्हणून देखील घडवत असतात.

ग्राहक संघटनांची ग्राहक शिक्षणातील भूमिका

१) ग्राहक शिक्षित करणे-

ग्राहकांना शिक्षित करणे हे ग्राहक संघटनांचे महत्वाचे कार्य असते. ग्राहकांना त्यांच्या हक्कांचे संरक्षण करता यावे म्हणून संघटना ग्राहकांना गतिशील आणि चालनशील करित असतात. ग्राहकाला जर त्याचं ग्राहक हाकांविषयी माहिती असेल तर ते ग्राहक देशाच्या आर्थिक व अर्थव्यवस्थेच्या विकासात चांगले योगदान देऊन राष्ट्र उभारणीचे महत्वाचे काम करू शकतात.

२) ग्राहक जागृकतेला चालना देणे-

ग्राहकांना त्यांच्या हक्क आणि कर्तव्याबाबत जागरूक करण्याचे महत्वपूर्ण कार्य हे ग्राहक संघटना करत असतात आणि विशेषतः ग्रामीण भागात राहणारे आणि दूरवरच्या प्रदेशात राहत असणारे जे ग्राहक आहे त्या ग्राहकांना त्यांच्या हक्क आणि कर्तव्य यांच्या बाबतीत जागरूक करण्याचे काम या संघटना करत असतात.

३) माहिती गोळा करणे-

ग्राहकांना त्यांच्यावर होणाऱ्या अन्यायापासून संरक्षित करण्यासाठी विविध कायद्यांची निर्मिती केली जाते. तसेच विविध कायदेशीर तरतुदींची देखील सोया शासनामार्फत ग्राहकांसाठी निर्माण करून दिली जाते, अशा सर्व तरतुदींची व अन्य ग्राहकोपयोगी माहिती ग्राहक संघटनांकडून संग्रहित केली जाते.

४) विविध कार्यक्रमांचे आयोजन-

ग्राहकांमध्ये जाणीव जागृती निर्माण करणे तसेच ग्राहकांना शिक्षण पुरविणे यासाठी ग्राहक संघटना व्याख्याने, चर्चा, परिसंवाद, सभा या उपक्रमांचे आयोजन करतात. त्याचबरोबर प्रदर्शन मांडणी, विविध मासिके, साप्ताहिके यांचे प्रकाशन केले जाते.

५) कायदेशीर कृती/पायरी -

या ग्राहक संघटना ग्राहकाला न्याय मिळवून देण्यात महत्वाची भूमिका निभावत असतात किंबहुना लोकांना न्याय मिळवून देणे ही ग्राहक संस्थांची महत्वाची कार्य असतात. ग्राहकाच्या तक्रारींना जास्तीत जास्त आधार देता यावा म्हणून या संघटना परिस्थितिकीय पुरावे मोठ्या प्रमाणात गोळा करतात आणि विविध कायदेशीर उपाययोजना आखून घेतात.

६) विविध शस्क्क्य संस्थांना आधार-

ग्राहक संघटना या शासकीय, निमशासकीय आणि स्वायत्त संस्था व अंतरराष्ट्रीय संघटना यांच्याशी प्रभावीपणे संबंधाचे जातं करतात. ग्राहकाचे वैयक्तिक आणि समाजाचे संपूर्ण स्वरूपातील जे हक्क असतात त्यांचे शासकीय, निमशासकीय आणि सार्वजनिक प्राधिकरणाचे प्रतिनिधि म्हणून ते कार्य करतात.

७) ग्राहक शिक्षणासाठी शाळांना साहाय्य-

ग्राहक संघटना या शालेय स्तरापासून ग्राहक शिक्षणाच्या उपक्रमांचे आयोजन करत असल्याचे दिसून येते. ग्राहक शिक्षणाच्या कार्यक्रमांची अंमलबजावणी हि शाळा, महाविद्यालये यांच्या मार्फत करत असल्याचे दिसून येते.

८) प्रदूषण मुक्त पर्यावरणाची जागृती-

ग्राहक सुरक्षित आणि आरोग्यपूर्ण पर्यावरणाची प्राप्ती व्हावी या हेतूने ग्राहक संघटना प्रदूषणमुक्त पर्यावरणाची जागृती करण्याचे कार्य सातत्याने करत असल्याचे दिसून येते.

अश्या प्रकारे ग्राहक संघटनांची ग्राहक शिक्षणातील भूमिका स्पष्ट करता येईल.

ग्राहक जागृती

ग्राहकाला बाजारपेठेत जर स्वतःची फसवणूक करून घ्यावयाची नसेल तर त्याने बाजारपेठ, उत्पादन संस्था या बाबतीत सातत्याने जागरूक राहणे गरजेचे असते. यामुळे ग्राहकांमध्ये जाणीव जागृती निर्माण करणे हे ग्राहक संस्था आणि संघटना यांचे महत्वाचे ध्येय आहे.

ग्राहक जाणीव जागृतीची गरज आणि महत्व-

१) महत्तम समाधानाचे संपादन करणे-

प्रत्येक व्यक्तीचे उत्पन्न हे विशिष्ट मर्यादितच असते. त्यांच्या मर्यादित उत्पन्नात व्यक्ती जास्तीत जास्त वस्तू आणि सेवा यांची खरेदी करू शकतो. मर्यादित उत्पन्नाच्या आधारे खरेदी करून ती स्वतःला पूर्ण समाधानी ठेवण्याचा प्रयत्न करत असते त्यामुळे बाजारपेठेतून त्याची फसवणूक होऊ नये यासाठी त्याला जागृती होणे गरजेचे आहे.

२) पिळवणुकीपासून संरक्षण -

उत्पादक आणि विक्रेते हे वजन मापात कमी जास्त प्रमाण, वस्तूच्या मूल्यापेक्षा जास्त किंमत वसूल करणे तसेच नकली वस्तीची विक्री करणे इत्यादी मार्गांनी ग्राहकाची फसवणूक तसेच शोषण देखील करतात त्यामुळे त्यांची पिळवणूक होऊ नये यासाठी जाणीव जागृती आवश्यक आहे.

३) अपायकारक वस्तूच्या उपभोगावरती नियंत्रण-

बाजारपेठेत अनेकविधी प्रकारचं वस्तू उपलब्ध असणाऱ्या दिसून येतात पण त्यापैकी काही वस्तू ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून अपायकारक असतात जसे कि सिगारेट, तंबाखू, मद्य इत्यादी. अश्या वेळेस या वस्तूंच्या बाबत ग्राहकांच्या मनात जर योग्य जागृती निर्माण झालेली असेल तर त्याचा उपभोग तो मर्यादित प्रमाणात घेईल किंवा त्याचा वापर करण्याचे तो बंद करेल.

४) बचतीसाठी प्रेरणा-

ग्राहकाच्या मनात उत्पादन , बाजारपेठ तसेच वस्तू आणि सेवा यांच्या किंमत बाबत जर योग्य जागरूकता असेल तर पैशाचा होणार अनावश्यक वापर टाळून तसेच अयोग्य वस्तू वरती होणार खर्च टाळून लोक खरेदी आणि उपभोगाच्या बाबतीत योग्य तो निर्णय घेऊ शकतील.

५) समस्यांच्या उपयोजने संदर्भात ज्ञान-

ग्राहकांची स्वतःची अशिक्षितता , सारासार विचार करण्याची अक्षमता आणि माहितीच असणारा अभाव यामुळे बऱ्याचदा फसवणूक होते, त्यामुळे ग्राहकाने बऱ्याचश्या बारीक सारीक गोष्टींसंदर्भात सतर्क राहणे गरजेचे असते जेणेकरून उत्पादक आणि विक्रेते यांच्याकडून त्यांची फसवणूक होणार नाही.

६) सक्षम समाजाची निर्मिती-

समाजाचा सदस्य असणारी प्रत्येक व्यक्ती हि ग्राहक असते. त्यामुळे जर प्रत्येक ग्राहक हा जागरूक असेल आणि तर कनिष्ठ असेल तर संपूर्ण समाज हा ग्राहक म्हणून सक्षम आणि ग्राहक हक्क आणि कर्तव्य यांच्या बाबत जागरूक होईल.

अशाप्रकारे ग्राहक जाणीव जागृतीचे महत्व आणि गरज स्पष्ट करता येईल

ग्राहक हक्क

१) माहिती हक्क-

कुठल्याही विक्री योग्य मालाच्या दर्जा, किंमत, प्रमाणे , तांत्रिक तपशील आदी संपूर्ण माहिती मिळण्याचा ग्राहकाला अधिकार आहे. व्यवसायातील गैरपद्धती आणि फसवणूक यापासून या अधिकारामुळे ग्राहकाचे संरक्षण होऊ शकते.

२) वस्तू आणि सेवा घेताना पारखण्याचा व निवडण्याचा हक्क-

भारतीय व्यापारी करार कायदानुसार कुठलीही वस्तू किंवा सेवा नीट पारखून घेण्याचा आणि त्यासंदर्भातील तांत्रिक तपशील , दर्जा आणि संख्या / व्याप्ती तपासण्याचा ग्राहकांना पूर्ण हक्क आहे. तसेच योग्य वेळी योग्य ती किंमत देऊन मालाची निवड करण्याचा ग्राहकांना हक्क आहे.

३) सुरक्षिततेसाठी हक्क -

मनुष्य मात्रांना धोकादायक ठरतील अश्या वस्तू पासून स्वतःच्या जीवाचे रक्षण करण्याचा ग्राहकांना हक्क असतो अश्या वस्तू मानवी जीविताला धोका पोहोचवू शकतात. उदा. विजेवर चालणारी उपकरणे. विजेची उपकरणे खरेदी करताना ग्राहकांनी ISI चा शिक्का बघून खात्री करून घ्यावी.

४) ग्राहक प्रशिक्षण व विक्री पश्चात सेवेचा हक्क-

विक्री पश्चात सेवा दिल्याने उत्पादक किंवा विक्रेते यांच्या कडे ग्राहकांच्या प्रति सन्मानाची भावना दिसून येते त्यामुळे अश्या सेवेमुळे वस्तूच्या मूल्यात वाढ होते. विविध वस्तूच्या , विशेषतः चैनीच्या वास्तुबाबत विक्री पश्चात सेवा मिळणे हा ग्राहकांचा हक्क आहे.

५) न्याय मिळण्याचा हक्क-

ग्राहकांच्या तक्रारी , आक्षेप आणि शंका यांना उत्तरे मिळून त्यांना योग्य तो न्याय मिळण्याचा हक्क आहे.तसेच व्यापारी आणि विक्रेते यांनी ग्राहकांच्या तक्रारी, सूचना आणि मते, विचारात घेऊन विक्री केलेल्या वास्तूमध्ये सुधारणा करायला हवी.

६) निवड करण्याचा हक्क-

विक्रेत्याच्या विक्री धोरणामध्ये ग्राहक च्या निवडीला अग्रहक्क मिळाला पाहिजे. ग्राहकांसमोर योग्य किंमतीच्या, अनेक छपाच्या वस्तू , वेगवेगळ्या आकाराच्या ,प्रकारच्या, दर्जाच्या वस्तु आणि भरपूर उपलब्धता अशाप्रकारे मालाची मांडणी केली पाहिजे . वाजवी किंमतीला विविध प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा यामधून निवड करण्यासाठी ग्राहक ला खात्री व्हायला हवी.

७) तक्रार निवारण्याचा हक्क-

ग्राहक चा गैरफायदा घेण्यात येत असेल किंवा ग्राहकांच्या बाबतीत अयोग्य व्यापार पद्धतीचा अवलंब झाला असेल तर अश्या तक्रारींचे निवारण करून घेण्याचा हक्क तक्रार निवारण्याचा हक्क होय.

८) ग्राहक प्रशिक्षणाचा हक्क-

कुणाही व्यक्तीला आपल्या आयुष्यात एक सुविहित ग्राहक होण्यासाठी योग्य ते कौशल्य आणि ज्ञान मिळवण्याचा हक्क म्हणजे ग्राहक प्रशिक्षणाचा हक्क होय.

९) मूलभूत गरजांचा हक्क -

प्रत्येक ग्राहकाच्या मूलभूत गरजा भागविल्या जाणे हा त्याचा हक्क आहे. आपल्या मूलभूत गरजा म्हणजे पिण्याचे पाणी, पुरेसे अन्न , पुरेशी दळणवळण व्यवस्था , शुद्ध हवा , आरोग्यसेवा आणि शिक्षणसेवा वगैरे ग्राहक संघटनांच्या आंतरराष्ट्रीय संस्थेने या सर्व हक्कांचं संकलन केले आहे.

अश्या प्रकारे ग्राहकाचे हक्क स्पष्ट करता येतील.

ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या आणि कर्तव्य

जबाबदाऱ्या

१) स्व- विषयक जबाबदाऱ्या

कंखरेदी करण्यासाठी व खरेदीची निवड करण्यासाठी ग्राहकांनी प्रत्येक वेळेस विक्रेत्यांकडून माहिती प्राप्त करून घेण्यावर अवलंबून राहू नये. तर ग्राहक या भूमिकेत त्याने स्वतःच्या खरेदीबाबतची जबाबदारी समर्थपणे पडली पाहिजे

२) खरेदी व्यवहारांचा पुरावा-

टिकाऊ वस्तूची खरेदी करताना ग्राहकाने खरेदीची पावती व तत्सम कागदपत्रे प्राप्त झाल्याची खात्री करून घ्यावी कारण जेव्हा वस्तू संदर्भात तक्रार निर्माण होते. तेव्हा संबंधित दुकानदाराकडे अशी तक्रार करण्यासाठी खरेदीची पावती पुरावा म्हणून उपयुक्त ठरते.

३) योग्य दावा-

वास्तूच्या बनावटीबद्दल किंवा हरवण्याबद्दल ग्राहक दुकानदाराकडे जी तक्रार करतात त्या तक्रारीचा दावा योग्य असावा म्हणजे विनाकारण तक्रार करण्याचे टाळावे आणि जेथे गरज असेल तेथे नक्की तक्रार करावी, जेव्हा तक्रारीचे निवारण होत नाही.

४) वस्तू किंवा सेवा यांचा योग्य वापर-

ग्राहकास जेव्हा एखादी वस्तू खरेदी केल्यानंतर त्या संदर्भात गॅरंटी मिळते. तेव्हा बरेच ग्राहक या गॅरंटी कालावधीत वस्तूचा अवास्तव स्वरूपात वापर करतात. कारण वास्तूत बिघाड झाल्यास ती बदलून मिळणार आहे याची त्यांना शास्वती मिळत असते. मात्र अशी वर्तणूक ग्राहकास न शोभणारी आहे.

कर्तव्य-

- १) ग्राहकाने आपल्या गरजेनुसार खरेदी करावी
- २) ग्राहकाने कुठलाही माळ अथवा सेवा घ्यायच्या आधी त्याविषयी पूर्ण माहिती करून घ्यावी
- ३) चुकीच्या जाहिरातींना भुलू नये
- ४) ग्राहकाने स्वदेशी वस्तू खरेदीस प्राधान्य द्यावे.
- ५) शक्यतो नामवंत उत्पादकांचाच माल खरेदी करावा.
- ६) वातावरणाच्या प्रदूषणात भर घालणारी उत्पादने घेऊ नये
- ७) गुणवत्तेचा शिक्का असणारच उत्पादने खरेदी करावी
- ८) दोष अढळल्यास ते त्वरित दाखवून द्यावीत
- ९) पॅकेजिंग वरील मजकूर नीट वाचावा
- १०) गरज वाटल्यास ग्राहक पंचायतीशी संपर्क साधावा
- ११) विक्रीपश्चात सेवा मिळेल याची खात्री करावी

ग्राहक संघटनांची ग्राहक जाणीव-जागृती मधील भूमिका-

१) समुदाय विकास केंद्र-

ग्राहक संघटना या समुदाय विकासासाठी सातत्याने काम करणाऱ्या संघटना आहेत. या संघटना समुदाय विकास सेवा, गुणवत्तापूर्ण वस्तू आणि सेवा या ग्राहकांपर्यंत पोहोचवण्याचे काम सातत्याने करत असतात. तसेच जबाबदार ग्राहकाची निर्मिती व्हावी म्हणून या ग्राहक संघटना ग्राहकांना शिक्षण देत असतात.

२) समुदाय सल्ला केंद्र/ आधार केंद्र

ग्राहक संघटना या ग्राहकांना सल्ला व मार्गदर्शन करण्यात आणि त्यांच्या तक्रारींचे निवारण तक्रार निवारण यंत्रणेमार्फत करण्यासाठी महत्वाची भूमिका निभावतात व ग्राहक संघटनांची अशी जी भूमिका असते त्यामुळे बाजारपेठ नियंत्रणात राहतात.

३) समुदायाचे माहिती केंद्र-

ग्राहक संघटनांची आणखी एक भूमिका म्हणजे संशोधनाचे प्रकल्प हाती घेणे होय, माहिती गोळा करणे आणि ग्राहकोपयोगी माहिती ग्राहकांमध्ये वितरित करण्याची महत्वपूर्ण भूमिका ग्राहक संघटनांकडून पार पडली जाते. यामुळे ग्राहकांना ग्राहकोपयोगी माहिती सहज आणि विपुल प्रमाणात प्राप्त होते व परिणामी उपलब्ध माहितीच्या आधारे ग्राहक उत्पादन व बाजारपेठ यांच्या संबंधाने योग्य ते निर्णय घेऊ शकतात.

४) समुदाय शिक्षण केंद्र-

संपूर्ण समाजात अथवा समुदायामध्ये ग्राहक शिक्षणाचा विकास आणि विस्तार करणे ही ग्राहक शिक्षणाची महत्वपूर्ण भूमिका ठरते. ग्राहकाने स्वतःचे ग्राहकीय दृष्टिकोनातून संरक्षण स्वतः करणे यालाच ग्राहक संरक्षण असे म्हणता येईल. yakarita चर्चासत्रे, परिसंवाद कार्यशाळा आणि प्रशिक्षणाचे कार्यक्रम राबवणे ही कामे ग्राहक संघटनेकडून पूर्ण केली जातात.

५) ग्राहक संरक्षण केंद्र-

ग्राहक संघटनेची एक महत्वाची भूमिका म्हणजे ग्राहक संरक्षणाचे समर्थन करून ग्राहकांना संरक्षण प्राप्त करून देणे होय. ग्राहकांचे वेळोवेळी सक्रिय स्वरूपात संरक्षण केले पाहिजे. हे ग्राहक संरक्षण प्राप्त करून देत असताना ग्राहक संघटना ग्राहकांकरिता तयार केलेल्या कायद्यांचा व त्यांच्या अंमलबजावणीचा आधार घेतात.

६) जाहीरातींवरती लक्ष ठेवणे -

विविध उत्पादन, उद्योग व्यवसाय संस्था या विपणनाचे एक तंत्र म्हणून जाहिरातीचा व विविध जाहिरात माध्यमांचा वापर प्रत्यक्ष स्वरूपात करतात. या जाहिरातींचे परीक्षण आणि विश्लेषण हे ग्राहक संघटनांकडून केले जाते. बऱ्याचदा जाहिरातीच्या माध्यमातून चुकीची माहिती उत्पादनाच्या संदर्भात दिली जाते.

७) कायदेशीर कृतींची योजना-

ग्राहकांची फसवणूक करणारे जे घटक आहेत त्यांचा विरोधात नोंदणीकृत ग्राहक संघटना कडून ग्राहक तक्रारीला अनुसरून कायदेशीर कृतींचे आयोजन केले जाते. जेणेकरून उद्योग व्यवसाय संस्था किंवा व्यापारी हे ग्राहकांची फसवणूक करण्याचा प्रयत्न करत नाहीत.

ग्राहक शिक्षण-

व्याख्या-

"ग्राहक शिक्षण म्हणजे ग्राहक संसाधनांचे व्यवस्थापन करण्याच्या दृष्टीने व्यक्ती किंवा समूह यांच्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या ज्ञान आणि कौशल्य यांचा अभ्यास करणे"

"ग्राहकांना त्यांच्या हक्काबाबत शिक्षित व जागृत करणे म्हणजे ग्राहक शिक्षण होय"

ग्राहक शिक्षणाची उद्दिष्टे-

१) बदल माहित करून देणे-

वस्तू निर्मितीच्या तंत्रज्ञानात सतत सुधारणा होत असते. त्यामुळे वस्तूच्या वापराचे कौशल्य ग्राहकास असले पाहिजे. नवीन तंत्रज्ञानाविषयी बहुसंख्य ग्राहक जागृत नसतात. त्यामुळे नवीनप्रकारकची उत्पादने हौस आणि प्रतिष्ठा या पोटी खरेदी केली जातात. त्यामुळे त्यांना शिक्षण देणे गरजेचे आहे

२) चांगले संबंध निर्माण करणे-

ग्राहकांच्या मनामध्ये त्याचबरोबर त्यांच्या मनात असलेले व्यवसायाचे संबंध जे साधारणपणे यांत्रिक असतात, व्यवसायाचा लौकिक वाढविणे हे ग्राहक शिक्षणाचे आणखी एक महत्वाचे उद्दिष्ट आहे.

३) ग्राहकांच्या तक्रारी आणि नाराजी कमी करणे-

वस्तूचा उपभोग घेणाऱ्या व्यक्तीच्या वास्तुबाबतच्या तक्रारी आणि नाराजी कमी करणे हे ग्राहक शिक्षणाचे महत्वाचे उद्दिष्ट आहे. ते एक प्रतिबंधात्मक उपाय म्हणून कार्य करते. शिक्षणामुळे ग्राहकाला उत्पादनातील दर्जा, त्यातील त्रुटी आणि कमतरता याबाबतची जाणीव होते.

४) विविध वस्तूंची माहिती/ज्ञान-

ग्राहकांना बाजारात असणाऱ्या अनेकविध उत्पादनांबाबत खूपच कमी माहिती असते. अशा परिस्थितीत ग्राहकांच्या वस्तू निवडीवर मर्यादा येतात. जर ग्राहक शिक्षित असेल तर ग्राहकांना त्यांच्या गरजांचे आकलन होऊन योग्य प्रकारच्या वस्तूची निवड करणे शक्य होते.

५) ग्राहकांची पिळवणूक थांबविणे-

ग्राहक शिक्षणाचे मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे ग्राहकांची पिळवणूकीपासून मुक्तता करणे होय. ग्राहकांना वास्तूतील गुणवैशिष्ट्ये किंवा त्रुटी याबाबत माहिती नसते. त्याचप्रमाणे किंमतीची कल्पना नसते. अशामुळे पिळवणूक होते त्यामुळे ती पिळवणूक थांबवणे हे ग्राहक शिक्षणाचे उद्दिष्ट आहे.

६) वस्तूच्या वापराबाबत जागरूकता निर्माण करणे-

ग्राहक शिक्षणाचे आणखी एक उद्दिष्ट आहे वस्तूच्या योग्य वापराबाबत जागरूकता निर्माण करून त्या वस्तूचा अधिकाधिक उपयोग करून घेणे.

७) आत्मविश्वास वाढविणे-

ग्राहक शिक्षणाचा उद्देश आहे ग्राहकांमध्ये अधिकाधिक आत्मविश्वास निर्माण करणे.जेणेकरून ग्राहकाला बाजारात प्रभावी सौदा करून वस्तू विक्रेत्यांशी सामान पाटलीवर विचारांची देवाणघेवाण करणे शक्य होते.

ग्राहक शिक्षणाची गरज व महत्व

१) खरेदीबाबत मार्गदर्शन-

बाजारपेठेत कशा प्रकारे खरेदी करावी, खरेदी करताना कोणती काळजी घ्यावी, याची माहिती ग्राहक शिक्षणातून प्राप्त होत असते.त्यामुळे ग्राहक खरेदी करताना वस्तूची योग्य प्रकारे निवड करू शकतात.

२) हक्कांची माहिती-

ग्राहकांना त्यांच्या हक्कांची माहिती प्राप्त व्हावीया दृष्टीने देखील ग्राहक शिक्षण महत्वाचे आहे. भारतातग्राहकांना अद्यापही त्यांच्या हक्कांबाबत फारशी माहिती नाही.अशा परिस्थितीत ग्राहकांना ग्राहक या नात्याने असणारे हक्क कोणते हे ग्राहक शिक्षणाद्वारे माहिती करून देता येते.

३) बाजारपरिस्थितीबाबत माहिती-

ग्राहक शिक्षणाच्या माध्यमातून ग्राहकांना बाजार स्थितीबाबत प्राप्त होते म्हणजे बाजारात कोणकोणती नवी उत्पादने उपलब्ध आहेत, कोणते उपादान फायदेशीर व गुणवत्तापूर्ण आहे याची माहिती ग्राहक शिक्षणातून प्राप्त होते.

४) गुणवत्तेची माहिती-

बाजारपेठेत उपलब्ध असणाऱ्या विविध वस्तूंच्या गुणवत्तेचीमाहिती ग्राहक शिक्षणाच्या माध्यमातून प्राप्त होते.बाजारात कोणत्या प्रमाणित व दर्जेदार वस्तू आहेत, त्या कशा ओळखायचा हे ग्राहक शिक्षणाच्या माध्यमातून ग्राहकांना समजते.

५) कायद्याची माहिती-

शासनारे वेळोवेळी कोणते फायदे ग्राहकांच्या संरक्षणासाठी निर्माण केले आहेत, याची माहिती प्राप्त होण्याच्या दृष्टीने ग्राहक शिक्षण अतिशय महत्वाचे आहे, ग्राहक संरक्षण मुळे ग्राहकांना त्यांच्या पैशाच्या मोबदल्यात योग्य समाधान प्राप्त होण्यास व त्यांच्या राहणीमानाच्या दर्जात सुधारणा घडून येण्यास मदत होते.

ग्राहक शिक्षणाचे तंत्र/ पद्धती-

- १) विविध कार्यक्रमांचे आयोजन
- २) परिणामकारक आणि सशक्त माध्यमांचा वापर
- ३) संघटनेची स्थापना
- ४) माहिती प्रसिद्ध करणे

ग्राहक संरक्षण परिषदेची, प्रसारमाध्यमांची, शैक्षणिक संस्थांची भूमिका आणि ग्राहकशिक्षणातील नवनवीन आव्हाने स्पष्ट करा.

A) भूमिका -

१) ग्राहक संरक्षण परिषदेची भूमिका-

- आरोग्यास आणि मालमत्तेस धोकादायक असणाऱ्या वस्तूंच्या विपणनापासून संरक्षित करणे चे अधिकार दिले

- माहितीचा अधिकार देऊन ग्राहकांना अयोग्य व्यापार पद्धतीपासून संरक्षित करणे

- ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार

- ग्राहकांबाबत उचित मंचावर योग्य विचार केला जाईल याबद्दल अधिकार दिले

- वस्तूंच्या स्पर्धात्मक किंमतीमध्ये प्रवेश करण्याचा अधिकार दिला

२) प्रसारमाध्यमांची भूमिका-

- लोकशाहीमध्ये एक स्वतंत्र आणि मुक्त माध्यम म्हणून कार्य करणे

- भ्रामक जाहिरातींची तपासणी करणे

- विविध विद्यापीठांमध्ये ग्राहक शिक्षणाचा अभ्यासक्रम समाविष्ट करणे

- ग्राहक हक्कांसविषयी माहित प्रसारित करण्यासाठी विविध मोहिमेचे आयोजन करून एक नवीन प्रभावी माध्यम म्हणून कार्य करणे

३) शैक्षणिक संस्थांची भूमिका-

- ग्राहक शिक्षण हा शालेय अभ्यासक्रमाचा भाग म्हणून समाविष्ट करणे

- प्राथमिक स्तरावर मुल्ल्यशिक्षण म्हणून समाविष्ट करणे

- शालेय स्तरावर ग्राहक क्लब निर्माण करणे

- वेगवेगळ्या स्पर्धांचे , शैक्षणिक स्पर्धांचे आयोजन करणे

- विशेष अभ्यास क्रम म्हणून सुरु करणे

- भारतीय मानक ब्यूरो शैक्षणिक संस्थांमध्ये वेगवेगळे मानके कार्यक्रमांचे आयोजन करणे.

B) आव्हाने-

१) बाजारपेठांमध्ये ग्राहक संरक्षण-

ग्राहक संरक्षणाच्या संदर्भात भारताप्रमाणेच विविध देशांनी कायदेविषयक तसेच वैधानिक चौकट तयार करून दिली आहे. या वैधानिक चौकटीच्या माध्यमातून ग्राहकांचे संरक्षण हे सातत्याने केले जाते. पण बाजारपेठेत सातत्याने निर्माण होणाऱ्या उद्योग व्यवसाय संस्था , त्यांच्या विपणनाच्या बदलत्या पद्धती, बाजारपेठेची रचना, वाढती स्पर्धा यामुळे बाजारपेठेचे स्वरूप हे बदलते जाणारे आहे. त्यामुळे बाजारपेठांमध्ये ग्राहक शिक्षण प्रसारित करणे एक आव्हान आहे.

२) आरोग्य विषयक काळजी आणि ग्राहक संरक्षण-

भारतात आजही मोठ्या प्रमाणात आरोग्यविषयक आणि पर्यायाने वैद्यकीय विषयांबाबत मोठ्या प्रमाणावरती निरक्षरता असल्याचे दिसून येते. खरतर आजही आरोग्यविषयक काळजी या बाबतीत भारतात आणि बऱ्याच विकसनशील देशांमध्ये दुर्लक्ष केले जाते. त्यामुळे वैद्यकीय क्षेत्रात तसेच पर्यायाने आरोग्यविषयक क्षेत्रात जे बदल होतात त्यांच्या बाबत बऱ्याच लोकांमध्ये अज्ञान असल्याचे दिसून येते. व्यावसायिक दुर्घटनातून बऱ्याच वेळेस पेशंट आणि त्यांच्या नातेवाईकांची फसवणूक होते .परिणामी भारतासारख्या देशात अरोग्यविषयक काळजी आणि ग्राहक संरक्षण हे ग्राहक शिक्षणातील एक महत्वाचे आव्हान मानले जाते.

संदर्भ ग्रंथ

१. ग्राहक संरक्षण आणि व्यावसायिक नितीमुल्ये- प्राचार्य - डॉ. प्रसन्न कुमार देशमुख आणि सहकारी प्रध्यापक
२. ग्राहक संरक्षण आणि व्यावसायिक नितीमुल्ये- डॉ. डी.डी.पवार आणि सहकारी प्रध्यापक
३. ग्राहक संरक्षण आणि व्यावसायिक नितीमुल्ये- प्रा.अरुण गायकवाड आणि सहकारी प्रध्यापक