

विमाधारकाची फसवणूक व न्यायाचे अध्ययन

डॉ. लिना एस. गावंडे

गृहअर्थशास्त्र विभाग प्रमुख,
स्व. पंचफुलाबाई पावडे कला, वाणिज्य,
महिला महाविद्यालय, वरुड जि. अमरावती

प्रस्तावना :

आज जगात सर्वत्र व्यापारी व विक्रेता वर्गाच्या विरोधात प्रसार होत आहे. ही संकल्पना व्यापारी व विक्रेता वर्गाच्या विरोधात नाही, तर ग्राहक शिक्षण हे ग्राहकासाठी आहे. पर्यायी नागरीकांच्या उन्नतीसाठी आहे या शिक्षणाच्या माध्यमातून एक कर्तबगार दक्ष नागरिक निर्माण करता येवू शकतो. नागरी शिक्षणाचा कणा म्हणजे ग्राहक शिक्षण होय.

आज ग्राहक कुठेच सुरक्षित नाही तर प्रत्येक क्षेत्रात त्याची फसवणूक होत आहे. स्पर्धायुक्त बाजारपेठ, अनेकविध जाहीराती, मॉल्स या सर्वांमुळे ग्राहकाची फसवणूक वाढत आहे आणि या फसवणूकीला आळा घालण्याकरिता सर्वप्रथम ग्राहकाला शिक्षण देणे व जागरूक करून त्याकडे तातडीने लक्ष पुरविण्याची आवश्यकता आहे. शासनापासून तर नागरीकापर्यंत प्रत्येक व्यक्ती अनेक संस्था उदा. शाळा, महाविद्यालये तसेच ग्राहक संघटनांच्या सहकार्याने ग्राहकाना त्यांचे हक्क, जबाबदारी व कर्तव्य याविषयी शिक्षणाद्वारे जागरूक करण्याची नितांत आवश्यकता आहे. तसेच कायद्याची अमलबजावणी कडक असल्यास ग्राहकाला न्याय मिळून तो सुरक्षित होईल. ग्राहकांनी संघटीत राहून कार्य केल्यास विक्रेत्यावर वचक निर्माण करता येवू शकतो व ग्राहकाच्या होत असलेल्या फसवणूकीला आळा घातला जावू शकतो याविषयी प्रत्येक व्यक्तीमध्ये जागृकता निर्माण करणे काळाची गरज आहे. कारण ग्राहक हे असंघटीत, विखुरलेले, अशिक्षित, गरीब असल्यामुळे त्यांना संघटीत करून ग्राहक शिक्षण देण्याची नितांत गरज आहे.

सर्वसामान्य ग्राहकामध्ये आपल्या हक्काविषयी जागृकता निर्माण होण्याच्या अपेक्षेने प्रत्येक ग्राहकाला, ग्राहक

न्यायमंचाची माहिती कितपत आहे. ते त्याचा फायदा घेतात काय त्याचे कितपत समाधान तेथे होते हे जाणून घेण्यासाठी तसेच महत्वाचे ग्राहक तक्रार निवारण मंच अंतर्गत दैनंदिन व्यवहारात ग्राहकांना मिळालेला न्याय हा योग्य की अयोग्य, त्यासंबंधी त्याचे समाधान झाले अथवा नाही किंवा त्याला आलेल्या अडचणी कोणत्या तसेच त्यावर उपाय योजना सुचविण्याकरिता हा विषय निवडण्यात आला.

उद्दिष्टे :

1. विमाधारक ग्राहकाचे कायदेविषयक ज्ञान व जागृकता याचा अभ्यास करणे.
2. विमाधारक ग्राहकाच्या फसवणूकीचा अभ्यास करणे.
3. विमाधारक ग्राहकांना मिळालेला न्याय व हक्क विषयक जागृतीचे अध्ययन करणे.

संशोधन पध्दती :

प्रस्तुती संशोधनासाठी महाराष्ट्र राज्यातील अमरावती जिल्हयाची निवड करण्यात आलेली आहे. अमरावती जिल्हयात एकुण 14 तालुके असून त्यापैकी 06 तालुक्यातील 82 ग्राहकांची विमाकंपनीकडून फसवणूक झालेली आहे व यांनी ग्राहक तक्रार निवारण मंचाकडे रितसर तक्रार नोंदविली आहे. त्यांचीच अध्ययनासाठी निवड करण्यात आलेली आहे. त्यांच्याकडून माहितीचे संकलन प्रश्नावलीच्या माध्यमातून करण्यात आलेले असून संकलीत माहितीची मांडणी करण्यात आलेली आहे. माहितीच्या विश्लेषणासाठी वारंवारीता, शेकडा प्रमाण, सहसंबंध गुणक या पध्दतीचा वापर करण्यात आलेला आहे.

परिणाम व चर्चा :

ग्राहकांच्या समस्या व अडचणी

अ. क्र.	समस्या व अडचणी	वारंवारिता	%
1	ग्राहक संरक्षण कायद्याविषयी ग्राहक अज्ञानी आहेत.	18	21-95
		64	78-05
2	ग्राहक मंचामध्ये जातांना ग्राहकांना माहिती अभावी बऱ्याच अडचणींना तोंड द्यावे लागते.	28	34-14
		54	65-85
3	ग्राहकांची वजनमापामध्ये विक्रेत्याकडून नेहमीच फसवणूक होते.	27	32-92
		55	67-08
4	वस्तु खरेदीनंतर बरेचदा विक्रेते बिल देण्यास टाळाटाळ करतात.	14	17-08
		68	82-92
5	वस्तु खरेदीनंतरच्या सेवा विक्रेते पुरवित नाहीत.	25	30-48
		57	69-52
6	ग्राहक आणि विक्रेत्यामधील अंतर दिवसेंदिवस वाढत आहे.	16	19-52
		66	80-48
7	ग्राहकांच्या अज्ञानाचा फायदा घेवून वकील त्याची दिशाभूल करतात.	22	26-83
		60	73-17
8	ग्राहक मंचाविषयी बऱ्याच ग्राहकांना माहिती नाही.	23	28-04
		65	79-26
9	स्पर्धायुक्त बाजारपेठेमुळे ग्राहकांच्या समस्या वाढल्या आहेत.	19	23-17
		63	76-83
10	ग्राहक मंचात कर्मचारी नसल्यामुळे ग्राहकांना बऱ्याच अडचणी येतात.	18	21-95
		64	78-05

11	ग्राहकांच्या समस्याविषयी शासन उदासिन आहे.	17	20-74
		65	79-26
12	दिशाभूल करणाऱ्या जाहीरातीमुळे ग्राहकांना बऱ्याच अडचणी येतात.	13	15-85
		69	84-15
13	वापरा व फेका अशा वस्तु बाजारात असल्यामुळे ग्राहकांच्या समस्या वाढल्या आहेत.	31	37-81
		51	62-19
14	ग्राहक मंचात ग्राहकांना नुकसान भरपाई फारच कमी मिळते.	24	29-26
		58	70-74
15	ग्राहक मंचात ग्राहकांना नुकसान भरपाई अत्यल्प मिळत असल्यामुळे ग्राहकांच्या समस्या सुटत नाहीत	20	24-39
		62	73-17

वरिल सारणीमध्ये अध्ययनातील विमा ग्राहकांच्या समस्या व अडचणीची मांडणी करण्यात आलेली असून 78-05% ग्राहकामध्ये विमा संरक्षण कायद्याविषयी अज्ञान असल्याचे दिसून येते. 65-85% ग्राहकांची इतर बाबीतसुद्धा विक्रेत्याकडून फसवणूक होत असल्याचे मत व्यक्त केले. ऐखदी वस्तु खरेदी केल्यास विक्रेता बिल देण्यास टाळाटाळ करतो असे मत 82% ग्राहकांनी व्यक्त केले. वस्तु खरेदीनंतर विक्रेता सेवा पुरवित नाही हे विधान 69-52% ग्राहक स्विकारतात ग्राहक व विक्रेता यांच्यातील दरी वाढत आहे असे मत 80-48% ग्राहकांनी व्यक्त केले ग्राहक तक्रार निवारण मंचामध्ये वकिलाकडूनही दिशाभूल करण्यात येते ह्या विधानाला 73-17% ग्राहक सहमती दर्शवितात ग्राहकमंचाविषयी माहिती नाही. बाजारपेठेत ग्राहकांच्या समस्या वाढल्या आहेत ग्राहक मंचात कर्मचारी वर्ग नसल्यामुळे अडचणी येतात. ग्राहकांच्या समस्याविषयी शासन उदासिन आहे. या विधानाला 78-05% ते 79-26% विमा धारकांनी सहमती दर्शविली असून 62-19% ते 84-15% ग्राहकांच्या मते जाहीरातीमुळे दिशाभूल झाली वापरा व फेका या वस्तुचे बाजारातील आगमन ग्राहक मंचाकडून मिळणारी तुटपुंजी नुकसान भरपाई यामुळे

समस्या सुटण्याऐवजी वाढतच असल्याचे दिसून येते वरिल : वरून असे निदर्शनात येते की, अध्ययनातील 65% त 84% ग्राहक बाजारपेठ, उत्पादक, विक्रेता ग्राहक तक्रार निवारण मंच यासर्वाविषयी दिवसेंदिवस उदासिन होत असून यांना यामध्ये आपल्याला फसवणूकीनंतर कोणीही मदत करणारा नाही ही भावना दृढ होत चालल्याचे दिसून येते.

खालील सारणीमध्ये ग्राहक फसवणूक व त्यांना मिळालेला न्याय याविषयीचे अभिप्राय नोंदविले असून त्यांचे विश्लेषण खालीलप्रमाणे करण्यात आले आहे.

ग्राहक फसवणूकीचा व मिळालेल्या न्यायाचा अभ्यास.

अ. क्र.	ग्राहक फसवणूक व मिळालेल्या न्यायाचा अभ्यास	वारंवारीता	%
1	दैनंदिन व्यवहारामध्ये बऱ्याच बाबतीत ग्राहक फसविला जातो	17	20-73
		65	79-26
2	दैनंदिन व्यवहारात ग्राहकांची फसवणूक करणाऱ्याला शिक्षा घायला पाहिजे.	21	25-60
		61	74-39
3	ग्राहक संघटीत असल्यास फसवणूक कमी प्रमाणात होईल.	20	24-39
		62	75-61
4	वस्तु खरेदीनंतर ग्राहक नेहमीच बिल मागतात	18	21-95
		64	78-05
5	ग्राहक मंचामध्ये ग्राहकांना त्यांच्या अपेक्षेप्रमाणे न्याय मिळतो.	18	21-95
		64	78-05
6	ग्राहक मंचात ६० दिवसात न्याय मिळतो.	20	24-39
		62	75-61
7	ग्राहक मंचामध्ये वकील ठेवण्याचा खर्च वाचतो.	14	17-08
		68	82-92
8	ग्राहक तक्रार मंचाची कार्यपध्दती सोपी व सुटसुटीत आहे.	27	67-08
		55	25-61
9	तक्रार मंचामध्ये तक्रारकर्त्याला प्रत्येक कार्यवाहीच्या वेळी हजर	21	25-61
		61	74-39

	राहण्याची गरज नाही.		
10	ग्राहक तक्रार मंचामध्ये निकालाची पावती घरपोच येते.	18	21-95
		64	78-05
11	फसवणूकीनंतर आता सर्वच ग्राहक जागरूक असतात.	22	26-82
		60	73-18
12	विक्रेते ग्राहकांची वजनमापात फसवणूक करतात.	20	24-40
		62	75-60
13	ग्राहक फसवणूकीचा विचार करता ग्राहक शिक्षण समाजाला देणे गरजेचे आहे.	14	17-08
		68	82-92
14	ग्राहक खरेदीनंतर बिल घेत नसल्यामुळे विक्रेत्याची सहज सुटका होते.	21	25-61
		61	74-39
15	ग्राहक मंच कडक कार्यवाही करित नसल्यामुळे विक्रेता हा ग्राहकांची फसवणूक करतो.	16	19-52
		66	80-48

दैनंदिन व्यवहारामध्ये ग्राहक फसविला जातो. फसवणूक करणाऱ्यास शिक्षा मिळावयास हवी ग्राहक संघटीत असल्यास फसवणूक कमी होईल. वस्तु खरेदीनंतर ग्राहक नेहमीच बिलाचा आग्रह धरवा या विधानाला अध्ययनातील 74-49% 69-26% ग्राहकांनी सहमती दर्शविली आहे. ग्राहक मंचामध्ये अपेक्षेप्रमाणे न्याय मिळतो. ग्राहक मंचात वकील ठेवण्याचा खर्च वाचतो, ग्राहक मंचाची कार्यपध्दती सोपी व सुटसुटीत आहे. या विधानाला 67-07% ते 82-92% विमा ग्राहकांनी सहमती दर्शविली आहे. तक्रार निवारण मंचामध्ये तक्रारकर्त्यांना प्रत्येक कार्यवाहीच्या वेळी हजर राहण्याची गरज नाही. ग्राहक तक्रार निवारण मंचामधून निकालाची पावती घरपोच येते. आता सर्व ग्राहकामध्ये जागृकता निर्माण झालेली आहे. विक्रेते हे ग्राहकांची वजनमापात फसवणूक करतात या विधानाला 73-17% ते 78-04% ग्राहकांनी सहमती दर्शविली आहे.

खरेदीनंतर बिल घेत नसल्यामुळे विक्रेत्यांची सहज सुटका होते. ग्राहक मंचाकडून विक्रेत्यावर फसवणूकीनंतर कडक कार्यवाही होत नाही या विधानाला 74-39% ते 82-92% ग्राहकांनी सहमती दर्शविली आहे.

वरिल चर्चेवरून असा निष्कर्ष निघतो की दैनंदिन व्यवहारामध्ये ग्राहक फसवणूक ही नित्याची बाब झाली असून काही अंशी यासाठी ग्राहक जबाबदार आहे. ग्राहक तक्रार निवारण मंच ग्राहकाच्या पाठीशी असला तरीही ग्राहकांच्या चुका व कायद्याच्या अमलबजावणीमध्ये ग्राहक तक्रार निवारण मंचाला मर्यादा यामुळे विक्रेत्यावर कडक कार्यवाही होत नाही.

सहसंबंध गुणक :

खालील सारणीत विमाधारकाचे निवडक चलामध्ये सहसंबंध गुणक दर्शविण्यात आले असून या गुणकाची विश्वासार्हता ५: व ९: विश्वासार्ह पातळीवर तपासण्यात आलेले आहे..

विमा धारकांचा निवडक चलामधील सहसंबंध गुणक :

	समाजार्थिक दर्जा	समस्या
ज्ञान व जागृकता	0-1695	0-3659
फसवणूक व न्याय	0-1822	0-3035
समस्या व अडचणी	0-2476	-

- 5% विश्वासार्ह पातळीवर महत्वपूर्ण
- 1% विश्वासार्ह पातळीवर महत्वपूर्ण

सारणीच्या अवलोकनावरून असे निदर्शनास येते की, ज्ञान व जागृकता, फसवणुक व न्याय, समस्या व अडचणी या सामान्य सामाजार्थिक दर्जा असणाऱ्या ग्राहकामध्ये गंभीर स्वरूपाच्या असल्याचे दिसून येते. उलटपक्षी मध्यम ते उच्च समाजार्थिक दर्जा असणाऱ्या ग्राहकामध्ये जागृकता अधिक असली तरी त्यांना असंख्य अडचणींना सामोरे जावे लागते व यातूनच त्यांची फसवणूक होत असल्याचे दिसून येते असे असले तरीही जे ग्राहक वस्तु खरेदीविषयी ज्ञान ठेवून आहे व नेहमीच सतर्क असतात. त्यांना इतरांच्या तुलनेत समस्या कमी असल्याचे दिसून येते असे असले तरीही त्यांच्या फसवणूकीनंतर त्यांना न्यायाची प्रतिकषा करावी लागते.

निष्कर्ष :

अध्ययनातील 65% ते 84% ग्राहक बाजारपेठ, उत्पादक, विक्रेता ग्राहक तक्रार निवारण मंच यासर्वाविषयी दिवसेंदिस उदासिन होत असून यांना यामध्ये आपल्याला फसविल्यास कोणीही मदत करणारा नाही ही भावना दृढ होत चालल्याचे दिसून येते.

दैनंदिन व्यवहारामध्ये ग्राहक फसवणूक ही नित्याची बाब झाली असून काही अंशी यासाठी ग्राहक जबाबदार आहे. ग्राहक तक्रार निवारण मंच ग्राहकाच्या पाठीशी असला तरीही ग्राहकांच्या चुका व कायद्याच्या अमलबजावणीमध्ये ग्राहक तक्रार निवारण मंचाला मर्यादा यामध्ये विक्रेत्यावर कडक कार्यवाही होत नाही.

माध्यम ते उच्च समाजार्थिक दर्जा असणाऱ्या ग्राहकामध्ये जागृकता अधिक असली तरी त्यांना असंख्य अडचणींना सामोरे जावे लागते व त्यातूनच त्यांची फसवणूक होत असल्याचे दिसून येते. असे असले तरीही जे ग्राहक वस्तु खरेदीविषयी ज्ञान ठेवून आहे. व नेहमीच सतर्क असतात, त्यांना इतरांच्या तुलनेत समस्या कमी असल्याचे दिसून येते असे असले तरीही त्यांच्या फसवणूकी नंतर त्यांना न्यायाची प्रतिकषा करावी लागते.

संदर्भ ग्रंथसुची :

१. आगलावे प्रदीप (2000) 'संशोधन पध्दतीशास्त्र व तंत्रे' प्रथमावृत्ती 1 जानेवारी 2000 प्रकाशक विद्या प्रकाशन नागपुर पृष्ठ क्र. 119,120,121
२. ओक सुनित्रा (2001) 'ग्राहक संरक्षण शोषणमुक्ती चळवळ' दुसरी आवृत्ती 2001 प्रकाशक-साकेत प्रकाशन प्रा. लि. 115 म. गांधी नगर स्टेशन रोड, औरंगाबाद पृष्ठ क्र. 8,12
३. अवसरे राहुल (2013) 'अमरावती जिल्हा तक्रार निवारण मंचाकडे 158 प्रकरणे प्रलंबित' लोकमत 15 मार्च 2013
४. चांद्रायण गौरी (2008) 'वजनमापातील फसवणूक टाळा' लोकसत्ता गुरुवार 21 ऑगस्ट 2008
५. जोशी बिंदुमाधव (1999) 'ग्राहक आंदोलन का नया कालखंड' 'ग्राहक दर्शन' सहावी आवृत्ती 25 डिसेंबर 1999 प्रकाशक-अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत पृष्ठ क्र. 21, 23, 24