

ग्राहक संरक्षण : एक अर्थशास्त्रीय अभ्यास**प्रा.डॉ.अनिल दिगंबर वाडकर**

अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख

श्री कुमारस्वामी महाविद्यालय, औसा,

जिल्हा-लातूर, महाराष्ट्र

सारांश

"वर्तमानामध्ये जगातील प्रत्येक राष्ट्र स्पर्धात्मकतेतून आर्थिक मक्तेदारी निर्माण करण्याचा प्रयत्न करीत आहे. उत्पादनाच्या प्रक्रियेमध्ये उत्पादन, वितरण, व्यापार, बाजारपेठा, उत्पादनाचे घटक, उत्पादित वस्तू व सेवा, उपभोक्ता या सर्वांना महत्त्वपूर्ण स्थान आहे. जगातील प्रत्येक राष्ट्र विकासाच्या प्रक्रियेमध्ये अत्यंत गतिमान पावले उचलत आहेत. या प्रक्रियेमध्ये संख्यात्मक विकासांमध्ये वाढ होऊन भांडवलवाचे केंद्रीकरण वाढत आहे. आर्थिक मक्तेदारी निर्माण होत आहे. परंतु विकास हा कोणासाठी या प्रश्नाचे उत्तर शोधले तर निश्चितच मानवासाठी हे उत्तर मिळेल. म्हणजेच विकासाचा केंद्रबिंदू हा मानवच असला पाहिजे. परंतु अलीकडच्या काळात सर्वसामान्य ग्राहकांना आवश्यक असणाऱ्या जीवनावश्यक वस्तू तसेच तत्सम वस्तू व सेवा या संदर्भात मोठ्या प्रमाणात प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षरीत्या फसवणूक वाढल्याचे दिसून येते. यासंदर्भात विविध ग्राहक संघटना, ग्राहक चळवळी व भारतातील ग्राहक संरक्षण कायदे या माध्यमातून ग्राहकांचे संरक्षण करण्याचा प्रयत्न केला जात आहे. जिल्हा, राज्य व राष्ट्रीय स्तरावरील ग्राहक मंचांमध्ये नोंदणीकृत तक्रारीची संख्या ही लक्षणीय आहे. विविध स्तरावर आर्थिक मानके वापरून तक्रारीचे निवारण करण्याचा प्रयत्न चालू आहे तरी परंतु अजूनही भारतीय बाजारपेठेत सर्वसामान्य ग्राहकांना वस्तू व सेवांच्या उपभोगा बाबतीत, खरेदी बाबत, वजन मापे, निर्भेळ वस्तू, वस्तूंचा दर्जा, सेवांची गुणवत्ता, खोट्या जाहिराती, बाजारपेठेत फसवणूक करणाऱ्या दलालांची साखळी, करारानुसार वेळेत अर्थपूर्ण व्यवहार न करणे इत्यादी बाबत न्याय मिळत नाही हे दिसून येते."

की-वर्ड:- ग्राहक संरक्षण चळवळ व कायदे, ग्राहकांचे अधिकार व कर्तव्य, व्यवसायीकाकडून ग्राहकांच्या अपेक्षा, ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 मधील तरतुदी, निष्कर्ष व शिफारशी

प्रस्तावना

जगामध्ये प्रामुख्याने भांडवलशाही, समाजवादी व मिश्र

अर्थव्यवस्था कार्यरत आहेत. याचबरोबर खुली अर्थव्यवस्था व बंदिस्त अर्थव्यवस्था हे प्रकारे दिसून येतात. या प्रत्येक अर्थव्यवस्थेमध्ये अर्थव्यवस्थेचा केंद्रबिंदू हा ग्राहकच असल्याचा दिसून येतो. Consumer उपभोक्ता, User उपभोगकर्ता, Buyer विकत घेणारा, Purchaser खरेदीदार, Shopper खरेदी करण्यासाठी बाजारात जाणारा, client गिर्हाईक, Patron कायमचे गिर्हाईक इत्यादी अर्थाने ग्राहकाला संबोधले जाते. अलीकडच्या माहिती तंत्रज्ञानावर आधारित बाजारपेठेमध्ये ऑफलाइन असो की ऑनलाईन खरेदी पोर्टल असो यामध्ये ग्राहक हा शब्द अत्यंत व्यापक विचारांचा निर्देशक आहे. "शरीर, मन, आत्मा आणि बुद्धी यांचे समाधान आणि मानवी कल्याणाचे अंतिम ध्येय गाठण्यासाठी अनेकविध वस्तू व सेवा ग्रहण करणारा म्हणजे ग्राहक होय"

ग्राहक नसेल तर उत्पादनाला अर्थ उरणार नाही. "मोबदला देऊन किंवा देण्याचे वचन देऊन वस्तू अगर मालाची खरेदी करणारी व्यक्ती म्हणजे ग्राहक होय." वस्तूप्रमाणेच सेवेचे देखील ग्राहक असतात. ग्राहकाचे स्थान कोणत्याही अर्थव्यवस्थेत महत्त्वाचे असते भांडवलशाहीत तर ग्राहकाला राजा मानण्यात येते. कारण ग्राहकाला ज्या वस्तूंची गरज आहे त्या वस्तूंचे उत्पादन करण्यात येते. लोकशाही युगात ग्राहकाला अधिक व्यापक महत्त्व देण्यात आले आहे ग्राहक हा सर्व आर्थिक व्यवहारांचा केंद्रबिंदू आहे. असे मानण्यात येते. भारतासारख्या लोकशाहीप्रधान व वैभवपूर्ण संस्कृती लाभलेल्या देशात ग्राहक हा राजा आहे. तो लोकशाहीची प्राणशक्ती आहे ग्राहक हे भांडवल आहे. यालाच ग्राहकाचे त्रिगुणात्मक स्वरूप असे म्हणतात.

समाजातील प्रत्येक व्यक्ती ही एका अर्थाने ग्राहकच असते या ग्राहकाचे स्वरूप वेगळे असेल मात्र ती कोणाचा तरी ग्राहकच आहे. ग्राहकाचे हित जोपासणे महत्त्वाचे आहे. ग्राहक हा बाजारपेठेतील आर्थिक उलाढाल आणि

खरेदी-विक्री चा केंद्रबिंदू आहे. ग्राहकाच्या समाधानावरच संबंधित क्षेत्राचे यश अवलंबून असल्यामुळे कोणत्याही क्षेत्रात ग्राहकांच्या हिताला प्राधान्य द्यावे लागते. ग्राहकाकडून घेण्यात येणारा मोबदला व त्याबद्दल विक्रेत्याकडून दिली जाणारी वस्तू व सेवेचा दर्जा यावरून ग्राहकाचे समाधान ठरते. यामुळे ग्राहकाचे समाधान आणि व्यावसायिक नफा या गोष्टी तितक्यात महत्त्वाच्या असल्याने ग्राहक आणि व्यावसायिक हित या दोन्हीचा ताळमेळ घेणे कोणत्याही व्यवसायासाठी आवश्यक आहे. ग्राहकांची अडवणूक व फसवणूक होऊ नये, त्याच्या हक्काची आणि कर्तव्याची त्याला जाणीव होणे आवश्यक आहे. यासाठी जिल्हास्तरावर ग्राहक संरक्षण मंच आणि ग्राहक पंचायत व अन्य ग्राहक संघटना कार्यरत आहेत. यामध्ये 1 कोटी पर्यंतच्या तक्रारीचे निवारण केले जाते. तसेच राज्य स्तरावर राज्य ग्राहक आयोग, यामध्ये 1 कोटी ते 10 कोटी पर्यंतच्या ग्राहक तक्रारीचे निवारण केले जाते. राष्ट्रीय स्तरावर राष्ट्रीय ग्राहक आयोग कार्यरत आहे. यामध्ये 10 कोटी पेक्षा अधिकच्या आर्थिक व्यवहाराची प्रकरणे व तक्रारी याचे निराकरण करण्यात येते. अलीकडच्या काळामध्ये अनेक प्रकारे ग्राहकांची फसवणूक केली जात आहे. विविध व मालमत्तेस हानिकारक असणाऱ्या वस्तू पासून संरक्षण, मालाचा व वस्तूचा दर्जा आणि शुद्धता, गुणवत्तापूर्ण सेवेची वेळेमधील तत्परता, अन्न भेसळ व वस्तूमधील भेसळ, चुकीची वजनमापे, चुकीची हॉलमार्क व मानके, ग्राहकासोबत केलेला वस्तू व सेवांचा करार न पाळणे, ऑनलाइन खरेदीमध्ये फसवणूक, वित्तीय सेवेमध्ये फसवणूक, बाजारपेठेमध्ये उत्पादक, विक्रेते व दलालाकडून होणारी फसवणूक या व यासारख्या अनेक फसवणुकीमुळे ग्राहक चळवळीचा व ग्राहक संघटनाचा तसेच ग्राहक संरक्षण कायद्याचा उगम झाला. व या माध्यमातून ग्राहकांना काही अधिकार देण्यात आले. तसेच ग्राहकांची कर्तव्य ही निश्चित करण्यात आले. ग्राहकाच्या फसवणुकीच्या तक्रारीची नोंद घेऊन त्याचे निर्मूलन करण्यासंबंधीची रचना कायद्यान्वये तयार करण्यात आली या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात ग्राहकांच्या फसवणुकीला प्रतिबंध करता आला. परंतु अजूनही भारतीय बाजारपेठेतील / अर्थव्यवस्थेतील सर्वसामान्य ग्राहकांना फसवणुकीच्या लक्षणीय तक्रारी आहेत. ग्राहक संरक्षण ही काळाची गरज बनली आहे.

संशोधन विषयाचे महत्त्व

भारतीय अर्थव्यवस्थेचा ग्राहक हा आत्मा आहे. उत्पादन, विक्रेता व मध्यस्थ यांच्याकडून वेगवेगळ्या प्रकारे ग्राहकाची लुबाडणूक व फसवणूक केली जाते. वस्तूचा दर्जा, गुणवत्ता, वजन मापे, करार तोडणे, वस्तू मधील भेसळ, विविध सेवांमध्ये फसवणूक इत्यादी बाबत ग्राहकांची होणारी फसवणूक नियंत्रित करता यावी, यासाठी ग्राहकांना त्यांचे अधिकार व कर्तव्य याची जाणीव झाली पाहिजे व योग्य पद्धतीने योग्य ठिकाणी तक्रारी मांडता आल्या पाहिजेत व तक्रारीच्या निवारणाची पद्धत समजली पाहिजे या दृष्टीने हा अर्थशास्त्रातील संशोधनाचा महत्त्वपूर्ण विषय आहे.

संशोधन पद्धती

प्रस्तुत शोधनिबंधाच्या अभ्यासासाठी प्रामुख्याने वर्णनात्मक व निदानात्मक संशोधन पद्धतीचा अवलंब करण्यात आला आहे.

शोध सामुग्री

सदरील शोधनिबंधाच्या अध्ययनासाठी प्रामुख्याने द्वितीय माहिती सामग्रीचा आधार घेण्यात आला आहे. यामध्ये विशेषतः विविध शासकीय व निमशासकीय प्रकाशनाद्वारे प्रकाशित ग्रंथ, मासिके, पाक्षिके, साप्ताहिके, वर्तमानपत्रे, शासनाचे विविध अहवाल इत्यादीचा आधार घेण्यात आला आहे.

शोधनिबंधाची उद्दिष्टे

प्रस्तुत शोधनिबंधाला योग्य दिशा प्राप्त होण्यासाठी काही उद्दिष्टे निश्चित करण्यात आली आहेत ती पुढील प्रमाणे आहेत.

- 1) ग्राहक संरक्षण चळवळीची व कायद्याची ऐतिहासिक पार्श्वभूमी अभ्यासणे.
- 2) ग्राहकाचे अधिकार व कर्तव्याचा शोध घेणे.
- 3) व्यवसायाकडून ग्राहकांच्या असणाऱ्या अपेक्षांचा शोध घेणे.
- 4) ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 मधील तरतुदी अभ्यासणे.
- 5) महत्त्वपूर्ण निष्कर्ष काढणे व शिफारशी करणे.

ग्राहक संरक्षण चळवळ व कायदे

जगामध्ये सर्वप्रथम 1844 मध्ये भांडवलदारांच्या त्रासाला कंटाळून इंग्लंडमधील रॉशडेल गावातील 28 गरीब वीणकरांनी एकत्रित येऊन 'रॉशडेल इक्विटेबल पायोनियर्स

सोसायटी लिमिटेड' ची स्थापना केली. ही जगातील सहकारी क्षेत्रातील पहिली ग्राहक सहकारी संघटना म्हणून ओळखली जाते.इंग्लंड पासून प्रेरणा घेऊन स्वीडन, नेदरलँड, रशिया, चीन, जपान, जर्मनी, केनिया,आइसलँड, हंगेरी, इटली,इस्त्राइल, कॅनडा,बेल्जियम, श्रीलंका, ऑस्ट्रेलिया, भारत,पाकिस्तान इत्यादी राष्ट्रांमध्ये वेगाने ग्राहक चळवळीचा प्रचार व प्रसार झाला.अमेरिकेचे राष्ट्राध्यक्ष जॉन केनेडी यांनी 15 मार्च 1962 मध्ये ग्राहक हक्काची सनद मंजूर केली.भारतामध्ये सहकारी क्षेत्रात 1905 मध्ये चेन्नई येथे 'ट्रीप्लीकेन अर्बन को-ऑपरेटिव्ह सोसायटी लिमिटेड'या नावाने पहिली ग्राहक सहकारी संस्था स्थापन करण्यात आली आजदेखील ही भारतातील सर्वात मोठी ग्राहक संस्था म्हणून ओळखली जाते.

ग्राहकांचे शोषण थांबावे, ग्राहकांच्या हक्काचे संरक्षण करण्यात यावे या दृष्टीने भारतात विविध कायदे करण्यात आले.त्यामध्ये प्रामुख्याने 1) भारतीय कराराचा कायदा 1972,वस्तू विक्रीचा कायदा 1930,औषधे व सौंदर्य प्रसाधने कायदा 1940,अन्न भेसळ प्रतिबंधक कायदा 1954, जीवनावश्यक वस्तूंचा कायदा 1955, व्यापार व विक्री विषयक चिन्हांचा कायदा 1958,मक्तेदारी व निर्बंधक व्यापारी पद्धती कायदा 1969,भाडे खरेदी कायदा 1972,प्रमाणित वजन मापांचा कायदा 1976,काळाबाजार प्रतिबंधक व जीवनावश्यक वस्तूंचा पुरवठा सुरळीत राहण्यासंबंधीचा कायदा 1980, पर्यावरण संरक्षण कायदा 1986,ग्राहक संरक्षण कायदा 1986, तसेच अलीकडील काळातील ऑनलाईन वस्तू व सेवांचा व्यवहार लक्षात घेऊन, तसेच ग्राहकांचे हित लक्षात घेऊन करण्यात आलेला ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 असे विविध कायदे भारत सरकारने ग्राहक संरक्षणासाठी तयार केल्याचे दिसून येतात.

याशिवाय मुंबई- द पॅसेंजर अँड ट्रॅफिक रिलीफ असोसिएशन 1913, मद्रास- मद्रास प्रोविन्शियल कंजूमर असोसिएशन 1949, मुंबई-द कंजूमर गार्डिन्स सोसायटी ऑफ इंडिया 1966, अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत 1974, मुंबई ग्राहक पंचायत 1976,अहमदाबाद-कंजूमर एज्युकेशन अँड रिसर्च सेंटर 1978, दिल्ली-व्हाईस अँड कॉमन केस 1978, कोलकत्ता-कंजूमर युनिटी अँड ट्रस्ट सोसायटी 1978,अशाप्रकारे 1980 पर्यंत देशात 14 ते 15 ग्राहक संघटना कार्यरत होत्या. एकट्या दिल्ली शहरात 25 ते 30

ग्राहक संघटना कार्यरत होत्या.1988 मध्ये नागपूर येथे 'सिटीझन फोरम 1988' नावाची संस्था ग्राहकासाठी सुरू करण्यात आली. अहमदाबाद येथे 'ग्राहक शिक्षण आणि संशोधन' संस्था कार्यरत झाली. याशिवाय कृषीमाल विपणन प्रतवारी कायदा 1937, इंडियन स्टँडर्ड इन्स्टिट्यूशन सर्टिफिकेट अॅक्ट 1952, अन्नधान्य भेसळ प्रतिबंध कायदा 1956, वजन मापे मोजमाप कायदा 1956, व्यापार व व्यावसायिक चिन्ह कायदा 1958, औषध नियंत्रण कायदा 1960, घरगुती विज उपकरणे व गुण नियंत्रण कायदा 1976 असेही कायदे ग्राहकांचे हित लक्षात घेऊन लागू करण्यात आले होते.अशाप्रकारे भारतीय बाजारपेठेतील ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी विविध कायदे असूनही कायद्यातील तांत्रिक क्लीष्टतेमुळे व खर्चिक पद्धतीमुळे ग्राहकांना न्याय मिळण्यास विलंब लागतो असे आढळून आले.यातूनच सामान्य ग्राहकांसाठी जलद न्याय मिळवून देणाऱ्या अशा स्वतंत्र कायद्याची गरज निर्माण झाली.वैश्विक खुली अर्थव्यवस्था, ऑनलाईन वस्तू व सेवांचे व्यवहार तसेच देशांतर्गत ऑफलाईन वस्तू व सेवांचे व्यवहार यातून ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण करता यावे या दृष्टीने 2019 चा ग्राहक संरक्षण कायदा मंजूर करण्यात आला.

ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 चे कलम 2(7) नुसार ग्राहकाला एक व्यक्ती किंवा व्यक्तीचा समूह म्हणून परिभाषित करते जे उत्पादने /सेवा त्यांच्या अंतिम वापरासाठी खरेदी करतात आणि पुनर्विक्रीच्या उद्देशाने नाही. ग्राहक असा असतो जो वैयक्तिक वापरासाठी कोणतेही उत्पादन विकत घेतो आणि/किंवा काही आर्थिक मोबदला किंवा इतर कोणत्याही मोबदल्यात(विनिमय प्रणालीच्या बाबतीत)परंतु पुनर्विक्रीच्या हेतूने नसलेल्या बदल्यात कोणतीही सेवा भाड्याने घेतो किंवा त्याचा लाभ घेतो.तथापि ग्राहक ते आहेत जे वस्तू आणि सेवांचे अंतिम वापरकर्ते आहेत.अशी ग्राहकाची व्याख्या 2019 च्या ग्राहक कायद्यामध्ये करण्यात आली आहे.

ग्राहकाचे हक्क/अधिकार

भारतामध्ये ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार ग्राहकाला पुढील अधिकार प्राप्त होतात.

- 1) **सुरक्षेचा अधिकार:-**मानवी आरोग्य किंवा जीवासाठी घातक असलेल्या वस्तू आणि सेवा पासून संरक्षण

मिळणे हा ग्राहकांचा अधिकार आहे. असुरक्षित वस्तू व उपकरणाच्या व सेवांच्या निर्मिती व प्रसारापासून ग्राहकांचे संरक्षण करणे.

- 2) **माहितीचा अधिकार:-**ग्राहकाला वस्तू आणि सेवांचे प्रमाण, गुणवत्ता, शुद्धता, किंमत आणि मानकाबद्दल माहिती मिळविण्याचा अधिकार आहे. कोणत्याही अपमानास्पद आणि अनुचित व्यापार पद्धती पासून ग्राहकांचे संरक्षण करणे हे या अधिकाराचे मूळ उद्दिष्ट आहे. अधिकार म्हणतो की, उत्पादकाने ग्राहकाला योग्य ठिकाणी सर्व संबंधित माहिती पुरविली पाहिजे. माहितीच्या अधिकारामुळे भारताच्या कायदेशीर चौकटीत असे म्हटले आहे की, उत्पादकांना उत्पादनाच्या पॅकेजवर आणि लेबलवर संबंधित माहिती प्रदान करणे अनिवार्य आहे.
- 3) **निवडीचा अधिकार:-**ग्राहकाला त्याच्या आवडीच्या वस्तू आणि सेवा निवडण्याचा अधिकार आहे. स्पर्धात्मक किमतीत विविध उत्पादने आणि सेवांमध्ये क्षमता, उपलब्धता आणि प्रवेशाची हमी दिली जाते. येथे स्पर्धात्मक किंमत म्हणजे वाजवी किंमत होय. किरकोळ विक्रेते, उत्पादक किंवा व्यापारी ग्राहकांना केवळ विशिष्ट ब्रँड खरेदी करण्यास भाग पाडू शकत नाहीत. ग्राहक त्यांच्या दृष्टिकोनातून त्यांना योग्य वाटणारा कोणताही ब्रँड निवडू शकतो व खरेदी करू शकतो.
- 4) **ऐकण्याचा अधिकार:-**ग्राहकाला ऐकले जाण्याचा किंवा त्याच्या हिताचे समर्थन करण्याचा किंवा स्वतःचे प्रतिनिधित्व करण्याचा अधिकार आहे. जर एखाद्या ग्राहकाचे व्यवसायाद्वारे शोषण झाले असेल किंवा व्यवसाय किंवा सेवेबद्दल तक्रार असेल, तर त्याला ऐकून घेण्याचा अधिकार आहे. आणि त्याचे हित विचारात घेतले जाईल असे आश्वासन दिले जाईल. या अधिकाराच्या पूर्ततेसाठी कंपन्याकडे तक्रार कक्ष असणे आवश्यक आहे. जेणेकरून ते ग्राहकांच्या तक्रारीची दखल घेऊ शकतील. याशिवाय सुनावणीच्या अधिकारांमध्ये सरकार आणि ग्राहक संरक्षणाशी संबंधित धोरणे बनविणाऱ्या इतर संस्थांमध्ये प्रतिनिधित्व करण्याचा अधिकार देखील समाविष्ट करण्यात आला आहे.

5) **निवारण मिळविण्याचा अधिकार:-**ग्राहकाला शोषण किंवा इतर कोणत्याही अनुचित व्यापार पद्धती विरुद्ध निवारण मिळविण्याचा आणि नुकसान भरपाई मिळविण्याचा अधिकार आहे. या अधिकाराचे उद्दिष्ट ग्राहकांना शोषणाविरुद्ध न्याय मिळवून देणे हे आहे. पैशाच्या स्वरूपात भरपाई देणे, वस्तू बदलून देणे किंवा ग्राहकाच्या समाधानानुसार सदोष वस्तूची दुरुस्ती करणे या अधिकाराच्या पूर्ततेसाठी सरकारने राज्य आणि राष्ट्रीय स्तरावर विविध निवारण मंच स्थापन केले आहेत.

6) **ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार:-**ग्राहकाला माहिती आणि ज्ञान प्राप्त करण्याचा अधिकार आहे. यासाठी ग्राहक संघटना, शैक्षणिक संस्था आणि धोरणकर्ते महत्वपूर्ण भूमिका बजावू शकतात. त्यांच्याकडून संबंधित कायद्याविषयी माहिती आणि ज्ञान देणे अपेक्षित आहे. ज्याचा उद्देश अनुचित व्यापार पद्धती अप्रामाणिक व्यापारी आणि उत्पादक ग्राहकांची फसवणूक करण्यासाठी कोणते मार्ग अवलंबू शकतात, खरेदीच्या वेळी बिल किंवा पावतीसाठी आग्रह धरणे आणि तक्रारी करताना ग्राहकाने अवलंबवयाची प्रक्रिया जाणून घेणे. याचा अधिकार ग्राहकाला आहे.

अशाप्रकारे वरील प्रमुख सहा अधिकार ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार भारतातील ग्राहकांना देण्यात आले आहेत.

ग्राहकांचे कर्तव्य

- ग्राहकांनी आपल्या अधिकाराबाबत जागरूक असले पाहिजेच परंतु त्याबरोबरच आपल्या कर्तव्याचेही पालन केले पाहिजे ग्राहकांची कर्तव्ये व जबाबदाऱ्या पुढील प्रमाणे आहेत.
- 1) आवश्यक असेल तरच वस्तू व सेवांची खरेदी करावी.
 - 2) खरेदी करण्यापूर्वी वस्तू व सेवांची पूर्ण माहिती घेतली पाहिजे(ज्यामध्ये वस्तूंचा दर्जा, वस्तूची उपयुक्तता, वस्तूची गॅरंटी किंवा वॉरंटी, वस्तूची तांत्रिक माहिती, उत्पादकाकडून मिळणाऱ्या सवलती, वस्तूच्या संवेस्थावर संवेष्टीत वस्तूचे नियम इत्यादी)
 - 3) प्रमाणित वजनमापांचा आग्रह धरणे
 - 4) खरेदीची पावती प्राप्त करणे
 - 5) गॅरंटी कार्ड व वारंटी कार्ड घेणे
 - 6) घातक स्वरूपाच्या वस्तूची खरेदी न करणे
 - 7)

अनुचित व्यापार पद्धत व निर्बंधक व्यापारी पद्धती विरुद्ध दाद मागणे 8) ग्राहक संरक्षण कायदानुसार मिळालेल्या अधिकाराचा आवश्यकतेनुसार वापर करणे 9) पर्यावरण रक्षण करणे 10) उचित व्यापारी व्यवहारात सहभागी होणे 11) स्वदेशीचा स्वीकार करणे 12) ग्राहक चळवळीच्या कार्यात सहभागी होणे 13) ग्राहक नीतीचे पालन करणे. इत्यादी ग्राहकांचे कर्तव्य आहेत. या कर्तव्याचे पालन केले तर उत्पादक, विक्रेते व मध्यस्थ यांच्याकडून ग्राहकांची फसवणूक होण्याची शक्यता कमी असते.

व्यवसायाकडून ग्राहकांच्या अपेक्षा

बाजारपेठेतील उत्पादक, विक्रेते, व्यवसायिक यांच्याकडून ग्राहकांना वस्तू व सेवा बाबत विविध अपेक्षा असतात त्या पुढील प्रमाणे आहेत. 1) वस्तूचा दर्जा व गुणवत्ता 2) वस्तू वापरण्यास सुरक्षित व सुलभ असणे 3) वस्तू भेसळ युक्त नसावी 4) फसव्या जाहिराती नसाव्यात 5) अनुचित व्यापार प्रथेचा अवलंब नसावा 6) उत्पादित वस्तू ग्राहकांच्या मागणी रूप असाव्यात 7) वस्तूच्या विक्री व्यवहारात कपट नसावे 8) वस्तूच्या निवडीची संधी असावी 9) वस्तूमध्ये फसवणूक होता कामा नये 10) वस्तूची योग्य मात्रा, योग्य प्रमाण, योग्य वजन असावे 11) ग्राहक म्हणून सन्मानाने वागणूक मिळावी 12) वस्तूचा पुरवठा वेळेमध्ये झाला पाहिजे 13) वस्तूच्या किमती वाजवी असाव्यात 14) वस्तूच्या गॅरंटी/वारंटीबाबत स्पष्ट सूचना असाव्यात 15) वस्तूबाबत असत्य कथन नसावे, त्यासंबंधी फसव्या जाहिराती नसाव्यात 16) विक्री पश्चात सेवेबाबत स्पष्टता असावी.

सेवाबाबत अपेक्षा

- 1) **व्यवसायिक सेवा:**-यामध्ये प्रामुख्याने, विमा कंपन्या, वैद्यकीय सेवा, विधी सेवा, लेखापालन सेवा, अंकेक्षण इत्यादीचा समावेश होतो. या सेवांची शुल्क वाजवी असावेत. ग्राहकांची अडवणूक व फसवणूक होता कामा नये. ग्राहकास सन्मानपूर्वक वागणूक मिळावी.
- 2) **मूलभूत सेवा:**-यामध्ये रस्ते, रेल्वे, हवाई वाहतूक, जलवाहतूक, विद्युत पुरवठा, पाणीपुरवठा, इंधन पुरवठा, इत्यादी सेवांचा समावेश होतो. या सेवांच्या बाबतीत आकारले जाणारे भाडे वाजवी असावे. या सेवा तत्पर आणि ग्राहकांच्या गरजेनुसार पुरवठा

करण्यात ग्राहकांची अडवणूक व फसवणूक होता कामा नये.

- 3) **व्यक्तिगत सेवा:**-यामध्ये शिक्षण, कोचिंग क्लासेस, आरोग्य, हॉटेल, क्रीडा संकुले, वाचनालये, मनोरंजन इत्यादी सेवांचा समावेश होतो. मिळणाऱ्या सेवा अधिक उपयुक्त तत्पर आणि व्यक्तिमत्व विकासात हातभार लावणाऱ्या असाव्यात व सेवांचे दर हे परवडण्यायोग्य असावेत.
- 4) **सार्वजनिक सेवा:**-यामध्ये प्रामुख्याने पोलीस, टपाल, टेलिफोन, संरक्षण, रोजगार, मदतकार्य, युद्धकाळातील मदत कार्य, आपात काळातील सेवा, संकट काळातील सेवा इत्यादी सेवांचा समावेश केला जातो. या सेवांचे वितरण योग्य झाले पाहिजे. यात वशिलेबाची नसावी. सेवांचे शुल्क वाजवी असावेत. सेवा पुरवठा बाबत भेदभाव नसावा.
- 5) **व्यापार विषयक सेवा:**-या सेवांमध्ये प्रामुख्याने घाऊक व्यापारी, आडत दुकानदार, किरकोळ व्यापारी, मध्यस्थ, देखभाल, दुरुस्ती, जाहिरात प्रसिद्धी यासारख्या सेवांचा समावेश केला जातो. या सेवा ग्राहकांचे शोषण करणाऱ्या नसाव्यात. सेवांचे दर योग्य असावेत. पुरवठादारा मार्फत योग्य वेळी योग्य ठिकाणी सेवा मिळाव्यात.
- 6) **व्यक्तिगत व समूह सेवा:**-या सेवांमध्ये विशेषता सौंदर्यप्रसाधने, मेकअप, केशकर्तनालये, स्वच्छतागृहे, सूर्यनानगृहे आदि सेवांचा समावेश केला जातो. या सेवा देखील ग्राहकांना रास्तदरामध्ये पुरवठा करण्यात याव्यात. यामधून सार्वजनिक आरोग्याचे रक्षण झाले पाहिजे. कोणत्याही ग्राहकाची अडवणूक व फसवणूक होता कामा नये. अशा प्रकारच्या विविध अपेक्षा वस्तू व सेवा बाबतीत ग्राहकांच्या दिसून येतात.

ग्राहक संस्था आणि स्वयंसेवी संस्थांची भूमिका

भारतात ग्राहक संरक्षणाचे कार्य सुमारे 500 ग्राहक संस्थाद्वारे हाताळले जात आहे. कॉमन कॉज नवी दिल्ली, सिटीझन अॅक्शन ग्रुप मुंबई, कॅजूमर गायडन्स सोसायटी ऑफ इंडिया मुंबई, कॅजूमर एज्युकेशन अँड रिसर्च सेंटर (सीआरईसी) आमदाबाद इत्यादी काही सर्वात लोकप्रिय

संस्थांचा समावेश आहे. या संस्थांनी ग्राहकांना वस्तू व सेवांच्या खरेदी बाबत व उपभोगाबाबत जागरूक बनवण्यास मदत केली आहे. तसेच त्यांची अडवणूक व फसवणूक झाली असता त्यांच्या वतीने ग्राहक न्यायालयात तक्रारी दाखल करणे, कायदेशीर सल्ला देणे, तक्रारींचा न्यायनिवाडा करण्यास मदत करणे इत्यादी कार्ये केले आहेत.

ग्राहक संरक्षण कायदा-2019 मधील तरतुदी

- 1) **नियमन प्राधिकरण:-**ग्राहकांच्या हक्कांना प्रोत्साहन देण्यासाठी त्यांचे संरक्षण करण्यासाठी आणि अंमलबजावणी करण्यासाठी केंद्रीय ग्राहक संरक्षण प्राधिकरण (CCPA)ची स्थापना करण्यात आली आहे. हे प्राधिकरण अनुचित व्यापार पद्धती दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती आणि ग्राहक हक्काचे उल्लंघन याची चौकशी करते आणि दोषीवर कारवाई करते.
- 2) **तक्रार दाखल करणे:-**ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार ग्राहकांना जगभरातून कुठूनही तक्रार दाखल करण्याची परवानगी देते. यामुळे ग्राहकांचा वेळ, पैसा व श्रम याची बचत होते व तत्परतेने न्याय मिळण्यास मदत होते.
- 3) **मध्यस्थी आणि उत्पादन रिकॉल:-**कायदा विवाद निराकरणाची एक पद्धत म्हणून मध्यस्थीची ओळख करून देतो, ज्यामुळे ग्राहक आणि व्यवसायांना दीर्घ कायदेशीर प्रक्रियेतून न जाता विवाद सोडवता येतात. हे असुरक्षित असलेल्या वस्तू आणि सेवांसाठी उत्पादन रिकॉल प्रक्रियेची स्थापना करण्याची तरतूद या कायदांतर्गत करण्यात आली आहे.
- 4) **अधिकारक्षेत्र:-**ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार सेवा प्रदाते, उत्पादक, किरकोळ विक्रेते आणि इतर मध्यस्थ यांच्याकडून होणाऱ्या शोषणापासून ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी विविध ग्राहक संरक्षण परिषदांची स्थापना करण्याची तरतूद केली आहे. या कायदांतर्गत केंद्रीय ग्राहक संरक्षण परिषद, राज्य ग्राहक संरक्षण परिषद आणि जिल्हा ग्राहक संरक्षण परिषद स्थापन करण्यात आली आहे. वेगवेगळ्या स्तरावरील न्यायालयामध्ये विशिष्ट श्रेणी असते आणि त्या अंतर्गत ग्राहक, सुनावणी आणि नुकसान भरपाई मागू शकतो.

ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार 1) जिल्हा ग्राहक संरक्षण परिषदेमध्ये 1 कोटी रुपयांपर्यंतची प्रकरणे हाताळता येतात. 2) राज्य ग्राहक संरक्षण परिषदेमध्ये रुपये 1 कोटी ते रुपये 10 कोटी पर्यंतची प्रकरणे हाताळता येतात. 3) केंद्रीय ग्राहक संरक्षण परिषदेमध्ये रुपये 10 कोटी वरील प्रकरणे हाताळता येतात.

- 5) **उत्पादन दायित्व:-**सदोष उत्पादने किंवा सेवा मुळे ग्राहकांना झालेल्या कोणत्याही हानी साठी उत्पादक विक्रेते किंवा सेवा प्रदाते जबाबदार असू शकतात. वस्तू व सेवांच्या गुणवत्ता, दर्जा, किमती, वेळेत पुरवठा इत्यादी संबंधित व याशिवाय वस्तू व सेवांच्या गुणवत्तापूर्ण हमीशी तडजोड करून वस्तू व सेवा सदोष आढळून आल्या तर उत्पादक विक्रेते किंवा सेवाप्रदाते यांनी ग्राहकांना नुकसान भरपाई देण्यास जबाबदार असतील.
- 6) **ई-कॉमर्स आणि थेट विक्री:-**ई-कॉमर्स आणि थेट विक्री क्रियाकल्पांचे नियमन करण्यासाठी पारदर्शकता, जबाबदारी आणि ग्राहक संरक्षण सुरक्षित करण्यासाठी विशिष्ट तरतुदी समाविष्ट केल्या आहेत.
- 7) **व्हिडिओ कॉन्फरन्सिंग:-**ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार ग्राहकांना त्यांच्या तक्रारीच्या सुनावणीला प्रत्यक्ष उपस्थित राहण्याऐवजी व्हिडिओ कॉन्फरन्स द्वारे सुनावणी घेण्याची परवानगी देते. यामुळे ग्राहकांचे श्रम, वेळ व पैसा याची बचत होते व न्याय प्रक्रिया गतिमान बनते.
- 8) **दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती बाबत दंड आकारणे:-**बाजारपेठेमध्ये दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातीच्या समस्येला तोंड देण्यासाठी नवीन कायदांतर्गत कठोर कारवाई आणि दंडाची तरतूद करण्यात आली आहे. अशा जाहिरातीमध्ये अॅम्बेसिडर म्हणून काम करणाऱ्या सेलिब्रिटींच्या प्रभावामुळे अनेकदा ग्राहक आकर्षक होऊन आणि खोटे आश्वासन देणाऱ्या जाहिरातींना बळी पडतात. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातीच्या बाबतीत केंद्रीय प्राधिकरण रुपये 10 लाखांपर्यंत दंड किंवा दोन वर्षांपर्यंतच्या करावासाची शिक्षा देऊ शकते. त्यानंतरच्या गुन्ह्याच्या बाबतीत हा दंड रुपये 50

लाखापर्यंत वाढवला जाऊ शकतो आणि संबंधित पक्षाला पाच वर्षांपर्यंतची शिक्षा होऊ शकते.

9) **अयोग्य करार:-**ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 मध्ये एक अयोग्य कराराच्या रूपात नवीन जोडणी करण्यात आली आहे. अनुचित करार म्हणजे एकीकडे उत्पादक किंवा व्यापारी किंवा सेवाप्रदाता आणि दुसरीकडे ग्राहक यांच्यातील करार, ज्यामध्ये अशा अटी असतात कि ज्यामुळे अत्याधिक सुरक्षा ठेवीची मागणी, एकतर्फी करार संपुष्टात आणणे, अवास्तव शुल्क लादणे किंवा ग्राहकांना गैरसोयीच्या अटीसह अशा ग्राहकांच्या अधिकारांमध्ये महत्त्वपूर्ण बदल करणे. या प्रकारे ग्राहकाचे शोषण केले जाते. दोषीविरुद्ध ग्राहकाकडून तक्रार आल्यास कायदेशीर कठोर कार्यवाही करणे.

10) **वैकल्पिक विवाद निराकरणासाठी तरतूद:-**ग्राहक संरक्षण कायद्यातील या दुरुस्तीमुळे दोन्ही पक्षांमध्ये परस्पर तोडगा काढता येईल. अशा प्रकरणाचे जलद निराकरण करण्यासाठी ADR यंत्रणा म्हणून मध्यस्थी करण्याची परवानगी मिळते. हे गुंतलेल्या दोन्ही पक्षांच्या संसाधनाची बचत करण्यास मदत करतात आणि त्यांना लांब न्यायालयीन कार्यवाही पासून वाचवते. अशा विभागाचे जलद आणि कार्यक्षमतेने निराकरण करण्यासाठी Webnyay हे योग्य व्यासपीठ आहे. त्याचे ऑनलाईन प्लॅटफॉर्म ग्राहकांना आठवड्याच्या आत आणि न्यायालयीन कामकाजात खर्च होणाऱ्या सरासरी रकमेपेक्षा खूपच कमी खर्चात प्रकरणाचे निराकरण करण्यास मदत करते. अंतिमतः म्हणजे पक्षांमधील परस्पर सहमततील समझोता किंवा पात्र तज्ञाकडून घेतलेला निर्णय हा ग्राहकासाठी हिताचा ठरतो.

ग्राहकांच्या संरक्षणासाठी ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 मध्ये वरील प्रमाणे विविध महत्त्वपूर्ण तरतुदी करण्यात आल्याचे अभ्यासावरून लक्षात येते.

निष्कर्ष व शिफारशी

प्रस्तुत शोधनिबंधाच्या अभ्यासावरून काही महत्त्वपूर्ण निष्कर्ष काढण्यात आले आहेत ते पुढील प्रमाणे आहेत.

- 1) भारतीय बाजारपेठेत ग्राहकांच्या संरक्षणासाठी सरकारी व सहकारी क्षेत्रातील ग्राहक संरक्षण कायदानुसार तसेच विविध ग्राहक संस्थांच्या माध्यमातून ग्राहकाचे वस्तू व सेवांच्या उपभोगासंबंधी संरक्षण करण्याचा प्रयत्न केला जातो. अलीकडेच माहिती व तंत्रज्ञान क्षेत्रातील बदलत्या परिस्थितीनुसार, ऑनलाईन खरेदी विक्रीचे पोर्टल निर्माण झाले आहेत.
- 2) ऑनलाईन खरेदी विक्री पोर्टलच्या माध्यमातून ग्राहकाची अलीकडे मोठ्या प्रमाणात फसवणूक वाढत आहे. या दृष्टीने नवीन ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 लागू करण्यात आला व त्याद्वारे ग्राहकाचे संरक्षण अधिक मजबूत करण्यात आले आहे.
- 3) ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार ग्राहकांना सुरक्षेचा, माहितीचा, निवडीचा, ऐकण्याचा, निवारण मिळविण्याचा व ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार प्राप्त झाला आहे.
- 4) बाजारपेठेत ग्राहकांची फसवणूक होऊ नये यासाठी ग्राहकांचेही काही कर्तव्य आहेत. त्यासाठी आवश्यकता असेल तरच ग्राहकाने वस्तू व सेवांची खरेदी करावी, वस्तू व सेवा बदल पूर्ण माहिती घेतली पाहिजे. वॉरंटी, गॅरंटी, वस्तूची तांत्रिक माहिती, वस्तूची किंमत, हॉलमार्क, खरेदीची पावती प्राप्त करणे, घातक स्वरूपाच्या वस्तू खरेदी न करणे, अनुचित व्यापार पद्धत व निर्बंधक व्यापारी पद्धतीने विरुद्ध दाद मागणे, ग्राहक संरक्षण कायदानुसार मिळालेल्या अधिकाराचा आवश्यकतेनुसार वापर करणे, उचित व्यापारी व्यवहारात सहभागी होणे. हे ग्राहकांची कर्तव्य आहेत त्याचे कटाक्षाने पालन केले पाहिजे.
- 5) बाजारपेठेत वस्तू व सेवांचा व्यवहार करत असताना अथवा उपभोग घेत असताना ग्राहकांच्या व्यवसायाकडून वस्तूंचा दर्जा व गुणवत्ता, सुरक्षितता, निर्भळ वस्तू, विश्वास पात्र जाहिराती, उचित व्यापार, वस्तूच्या निवडीची संधी, वस्तूची शुद्धता, योग्य प्रमाण, योग्य वजन, वेळेमध्ये व तत्पर वस्तू व सेवांचा पुरवठा, वाजवी किमतीमध्ये वस्तूंची व सेवांची प्राप्ती, विक्री पश्चात सेवा, व्यवसायिक सेवा, मूलभूत सेवा, व्यक्तिगत सेवा, सार्वजनिक सेवा, व्यापार विषयक सेवा इत्यादी सेवा ग्राहकांना तत्पर व भेदभाव

रहित प्राप्त झाल्या पाहिजेत.इत्यादी बाबत ग्राहकांना विश्वास पात्र वस्तू व सेवा उपभोगासाठी पुरविण्यात याव्यात अशी ग्राहकांची अपेक्षा असते.परंतु अलीकडे बाजारपेठेमध्ये मोठ्या प्रमाणात चुकीचे वजन मापे, भेसळयुक्त वस्तू, फसव्या जाहिराती, ऑनलाईन वस्तू व सेवांच्या खरेदीतील फसवणुकी अशाप्रकारे ग्राहकांची मोठ्या प्रमाणात बाजारपेठेमध्ये लुबाडणूक व फसवणूक होत असल्याचे निदर्शनास येत आहे.

- 6) ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 नुसार ग्राहकांची फसवणूक व लुबाडणूक थांबवण्यासाठी विविध नियमन प्राधिकरण ची स्थापना करण्यात आली आहे.तसेच तक्रार दाखल करण्याकरिता ग्राहक मंचाची स्थापना,ऑनलाईन तक्रार दाखल करण्याची सोय, उत्पादन रिकॉल करण्याच्या व्यावसायिकांना संधी देण्यात आले आहेत.उत्पादनाचे दायित्व, ई-कॉमर्स, व्हिडिओ कॉन्फरन्स, दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातीबाबत दंड आकारणे, अयोग्य करार,वैकल्पिक निराकरण इत्यादीसाठी तरतुदी करण्यात आल्या आहेत.

शिफारशी

- 1) भारतीय बाजारपेठेत ग्राहक संरक्षणासाठी विविध कायदे करण्यात आले असले तरी अलीकडच्या काळात मोठ्या प्रमाणात उत्पादक, विक्रेते, मध्यस्थ यांच्याकडून ग्राहकांची लुबाडणूक व फसवणूक होण्याचे प्रमाण कमी झाले नाही. ते कमी करण्यासाठी ग्राहक संरक्षण कायद्याची कठोर अमलबजावणी करणे काळाची गरज आहे.यासाठी संबंधित यंत्रणेने व शासन संस्थेने ग्राहक संरक्षण कायद्याची कठोर अंमलबजावणी करून सक्षम यंत्रणा कार्यान्वित केली पाहिजे.

- 2) बाजारपेठेमध्ये मोठ्या प्रमाणात असंविधानिक उद्योग व्यवसाय व सेवा याही मोठ्या प्रमाणात कार्यरत आहेत,याचबरोबर ऑनलाईन खरेदी विक्री पोर्टल इत्यादी माध्यमातून ग्राहकांना ब्लॅकमेलिंग करणे, त्यांची लुबाडणूक करणे आणि फसवणूक करणे मोठ्या प्रमाणात वाढले आहे.यावर वेळीच नियंत्रण घालणे सर्वसामान्य ग्राहकांच्या दृष्टीने अत्यंत गरजेचे आहे.

संदर्भसूची

- 1)Mohammed kamalun Nabi, Mohammed Irshadun Nabi, Kishore C.Raut,Consumer rights and protection in India, New century publication, 2015.
- 2) Prof.V.K. Agrawal, Consumer protection (law and practice), published by Bharat law House Pvt.Ltd, 2022.
- 3) Dr.B.S.Mathur, Co-operation in India, sahitya bhavan Agra,2005
- 4)डॉ.महेश कुलकर्णी/प्रा.वसंत आपटे/राजेंद्र तोतले,ग्राहक संरक्षण, प्रकाशक यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ नाशिक ऑक्टोबर 2020.
- 5) कामत गो.स., सहकार तत्व, व्यवहार आणि व्यवस्थापन, विद्या प्रकाशन, पुणे
- 6)<https://igod.gov.in/organization/Gs4zv3QBGZk0jujBKgGW>
- 7)https://en.wikipedia.org/wiki/Ministry_of_Consumer_Affairs,_Food_and_Public_Distribution
- 8)<https://consumeraffairs.nic.in/acts-and-rules/consumer-protection>