



அலகு
6

17

அத்தியாயம்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு



நுகர்வோரின் உரிமைகள்,
கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்

சலத்தால் பொருள்செய்தே மார்த்தல் பசுமண்
கலத்துள்நீர் பெய்திரீஇ யற்று.

—குறள் 660

பொருள் :

வஞ்சனையான வழியால் பொருளைச்சேர்த்துக் காப்பாற்றுதல்,
பச்சை மண்கலத்தில் நீரை விட்டு அதைக் காப்பாற்றி வைத்தாற்
போன்றது.



கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தை கற்றபின் மாணவர்களால்

- நுகர்வோரின் உரிமைகள்
- நுகர்வோரின் கடமைகள்
- நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

- 17.01 நுகர்வோரின் உரிமைகள்
- 17.02 நுகர்வோரின் கடமைகள்
- 17.03 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

நவீன சந்தையியல் கருத்து நுகர்வோரை முக்கிய புள்ளியாக கருதுகிறது. நுகர்வோரைச் சுற்றியே வியாபாரச் சூழல் நிலவுகிறது. நுகர்வோரை திருப்தியடையச் செய்வதே வியாபாரத்தின் தலையாய நோக்கமாகும். நுகர்வோர் தனது சொந்த நலன்களைப் பாதுகாக்கும் பொருட்டு முதலில் தங்கள் உரிமையை வாங்குவோர் அறிந்திருக்க வேண்டும். நுகர்வோரின் கடமைகள், பொறுப்புகள் மற்றும் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பற்றியும் இப்பாடத்தில் விரிவாக பார்க்கலாம்.

நுகர்வோர் உரிமைகள்

நுகர்வோர் கடமைகள்

நுகர்வோர் பொறுப்புகள்

17.01 நுகர்வோர் உரிமைகள் Consumer Rights

வியாபார சுழற்சியில் நுகர்வோர்தான் முக்கிய புள்ளியாக கருதப்படுகிறார் என்று நவீன சந்தையியல் கருத்து அங்கீகாரம் வழங்குகிறது. நுகர்வோரின் தேவை மற்றும் விருப்பங்கள் குறித்தான திருப்தி வியாபாரத்தின் முதன்மையான மற்றும் தலையாய நோக்கமாகும். ஆனால், உண்மையில் நுகர்வோர் உணர்வது என்னவெனில் வியாபாரிகள் தரமற்ற பொருட்களை அடக்கவிலையைவிட அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்வதாக எண்ணுகிறார்கள். நுகர்வோரின் விருப்பங்கள் மற்றும் தேவைகளை பாதுகாக்க வேண்டுமெனில் அவைகளை அவர்களுக்கான உரிமைகளை உணரவைப்பது மட்டுமே ஆகும்.

நுகர்வோர் உரிமை என்பதற்கு விளக்கமாக தரத்தின் மீதான பொருட்களைப் பற்றிய தகவல், இயல்பு, அளவு, தூய்மை, விலை, பொருட்கள் மற்றும் சேவை மீதான



தரஅளவு ஆகியவை ஆகும். வியாபாரத்தில் மோசடியான செயல்களிலிருந்து நுகர்வோர் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோர் தனது உரிமைகள் பற்றி உணர்ந்து கொள்ள வேண்டும். இந்தியாவில் நுகர்வோரின் உரிமைகள் பற்றி தெளிவாக சட்டத்தில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. முக்கிய சட்டமாக 1986ஆம் ஆண்டு இயற்றப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டமாகும். தனிநபர், நிறுவனம், இந்து கூட்டுக் குடும்ப நிறுவனம் மற்றும் கூட்டுப்பங்கு நிறுவனம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியதே இச்சட்டத்தின் முக்கிய அம்சமாகும். முன்னாள் அமெரிக்க ஜனாதிபதி திரு.ஜான் F கென்னடி அவர்கள், "அடிப்படையான நுகர்வோர் உரிமை என்பது, பாதுகாப்பில் உரிமை, தகவல் பெறும் உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை மற்றும் கேட்கும் உரிமை" என்று கூறுகிறார்.

நவீன சந்தையின் மன்னர்களாக நுகர்வோர்கள் கருதப்படுகிறார்கள். ஆனால், உண்மையில் அவ்வாறில்லை. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தில் நுகர்வோரின் பல்வேறு உரிமைகளாக உறுதியாக கூறப்பட்டுள்ளது. அவ்வுரிமைகளைப் பற்றி பின்வருமாறு விவாதிக்கலாம்.

i. உடல்நல பாதுகாப்பு உரிமை மற்றும் பாதுகாப்பிற்கான உரிமை (Right to Protection of Health and Rights of Safety)

சில தயாரிப்புப் பொருட்கள் நுகர்வோரின் உடல் நலம், சொத்துக்கள் மற்றும் வாழ்வு முறையில் அபாயத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்கலாம். அத்தயாரிப்புகள் நுகர்வோரின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்க கூடியதாக இருக்கலாம். சிறந்த உதாரணமாக உணவு சேர்க்கைகள், நிறமிகள், உணவுப்பாதுகாப்பு இரசாயனங்கள் ஆகியவை ஆகும். உடல்நலக் கோளாறுகள் மற்றும் ஆரக்கிய அபாயங்கள் எழும் வாய்ப்புகள் முற்றிலும் அழிக்கப்பட வேண்டும் அல்லது முற்றிலும் குறைக்கப்பட வேண்டும். உணவுகள் மற்றும் மருந்துகள் நுகர்வோரின் உயிரைக் காப்பாற்றுவதாகவும் உயிருக்கு பாதுகாப்பு அளிப்பதாகவும் இருக்க வேண்டும். இன்றைய சூழலில் தற்போதைய சட்டங்கள் பாதுகாப்பில்லாத பொருட்களை தயாரிப்பதோ அல்லது விற்பனை செய்வதோ கூடாது என்ற கடமை விற்பனையாளர்களுக்கும் மற்றும் உற்பத்தி செய்பவர்களுக்கும் உள்ளது.

ii. தகவல் பெறும் உரிமை (Right to be Informed)

பொருட்களை வாங்கும்பொழுது நுகர்வோர் அப்பொருட்களைப் பற்றிய அனைத்து விதமான தகவல்களையும் கேட்டுப் பெற வேண்டும். விளம்பரம் மற்றும் பெயரிடல் செயல்முறை பொருட்களைப் பற்றிய விவரம் அதன் கட்டும் மீது தெளிவாக வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும். இதன் உட்பொருள் என்னவென்றால் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவரும் விநியோகிப்பவரும் அப்பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை முழுமையாக வெளிப்படுத்த வேண்டும் என்று நுகர்வோர் எதிர்பார்க்கின்றனர். பொருட்களின் பெயர், அதன் கலவை, பயன்படுத்தும் அளவு, உற்பத்தி செய்த நாள், காலாவதியாகும் நாள், தயாரிப்பு பிரிவு எண், எச்சரிக்கை

போன்ற விவரங்கள் கண்டிப்பாக அதன் கட்டும் மீது காணப்பட வேண்டும். மேலும், பொருட்களின் விலை, அதன் தயாரிப்பாளர் பெயர், வரியுடன் அல்லது வரியில்லாத விலை ஆகியவையும் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.

iii. தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை (Right to Choose)

நவீன சந்தையியலின் தத்துவம் மற்றும் தலையாய நோக்கம் என்பது நுகர்வோரை திருப்தி செய்வது என்பதாகும். நுகர்வோரை உச்சபட்ச அளவில் திருப்திபடுத்துவதன் மூலம் ஒரு அறிவார்ந்த வியாபாரி அல்லது உற்பத்தியாளர் தனது இலாபத்தை அதிகப்படுத்திக்கொள்கிறார். நுகர்வோரை மனநிறைவு கொள்ள பரவலான பொருட்களின் தேர்வினை தருகிறார்கள். "தேர்வு" என்பது பரந்த வழிகளில் தரம், வியாபாரக் குறியீடு, நியாயமான விலை போன்றவற்றின் அடிப்படையில் பொருட்களை தேர்ந்தெடுப்பதாகும். சுருங்கக்கூறின் நுகர்வோர் பொருட்களை அதன் நிறம், தரம், வடிவமைப்பு மற்றும் அளவு ஆகியவற்றைக் கொண்டு விரும்பிய வழிகளில் தேர்ந்தெடுப்பதாகும்.

iv. செவிமடுக்கும் உரிமை (Right to be Heard)

நுகர்வோர் தனது அதிருப்தி மற்றும் கருத்து வேறுபாடுகளை முழுமனதுடன் வெளிப்படுத்துவதுடன் மற்றும் பதிவு செய்ய வேண்டும். வணிக நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் புகார்கள் மற்றும் குறைகளை திறந்த மனதுடனும் கருணை மனப்பான்மையுடனும் செவி மடுக்க வேண்டும். அனைத்து வணிக நிறுவனங்களும் நுகர்வோரின் குறைகளை கண்டறிய தனியான துறை அல்லது பகுதி அல்லது பிரிவை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

v. நிவாரணம் காணும் உரிமை (Right to seek Redressal)

இந்தச் செயல் முந்தைய நடவடிக்கைக்கு மேலே உள்ளது. புகார்களும் அதற்கான பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளும் கேட்கப்பட வேண்டியவை அல்ல. ஆனால் பாதிக்கப்பட்டவர்களுக்கு உரிய காலத்திற்குள் இழப்பீடு வழங்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோரின் புகார்கள் மற்றும் பாதிக்கப்பட்டவர்களின் கோரிக்கைகளை உடனடியாக சரிசெய்ய வேண்டும் குறைதீர்ப்பு செயலினால் நுகர்வோர் நம்பிக்கை அதிகரிக்கும் மற்றும் வாங்குபவர்களுக்கும் நியாயம் கிடைக்கும். ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் உண்மையான கூற்றுகளுக்கு நியாயமான மற்றும் உறுதியான தீர்வு கிடைக்கும் என்ற நம்பிக்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

vi. நுகர்வோர் கல்வி உரிமை (Right to Consumer Education)

நுகர்வோர் வாழ்நாள் முழுவதும் தன்னுடைய உரிமையைப் பற்றி அறிந்தவராக இருக்கிறார். நுகர்வோர் தன்னுடைய பொருட்கள் மீதான எதிர்பார்ப்பில் குறைபாடுகள் இருந்தால் தனக்கான உரிமையைப் பயன்படுத்தி அதற்கான நிவாரணத்தைப் பெறுவதில் முனைப்பாக இருக்க வேண்டும். பல நுகர்வோர்



அமைப்புகள் மற்றும் சில சிறப்பு பெற்ற தொழில்கள் இந்த வகையில் நுகர்வோர் கல்வி வழங்குதல் சார்பாக பங்கெடுக்கின்றன.

vii. வாழ்க்கைத் தர உரிமை (Right to Quality of Life)

வாழ்வின் தரம் என்பது சமுதாயத்தில் மக்கள் நலமாக இருப்பதைக் குறிக்கும் மற்றும் மக்கள் வாழும் சூழலின் தனிப்பட்ட மற்றும் நல்வாழ்வைக் குறிக்கிறது. நுகர்வோரியல் என்பது வாழ்க்கையின் மேம்பட்ட தரத்தைக் குறிக்கும். இதன் பொருள் யாதெனில் நுகர்வோரின் வாழ்க்கைத் தரத்தை பாதிக்கின்ற சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகள் மற்றும் மக்கள் வாழும் சூழலில் ஏற்பட்ட மாற்றங்களையும் குறிக்கும். மாறாக கூறினால் காற்று மாசுபாடு, நீர் மாசுபாடு உணவு மாசுபாடு, ஒலி மாசுபாடு மற்றும் தொழில் மயமாக்கலால் அதிகமான மக்கள் வேலைவாய்ப்பிற்காக இடம்பெயர்தல் ஆகியவை ஆகும். இந்த சாமானிய மக்களின் சமூகச் செலவுகள் அவர்களின் சமூக நலன்களைவிட அதிகமாகும். மாற்றாக கூறவேண்டுமெனில் ஒவ்வொரு வகையான மாசுபாடும் சமூகத்தின் நலன்களை பாதிக்கின்ற வகையில் அமைகிறது.

வணிக நிறுவனங்கள் மனிதவர்க்கத்திற்கான சமூகப் பொறுப்புடன் உற்பத்தி மற்றும் வெளியீடு செய்யப்பட வேண்டும். உற்பத்தியாளர்கள் தவிர்க்க முடியாத கழிவுகள் மற்றும் சழிவுநீரை வெளியேற்றும் பொழுது சுற்றுப்புறச் சூழல் மற்றும் மனிதர்களை பாதிக்காத வண்ணம் இருக்க வேண்டும்.

viii. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு உரிமை (Right to Consumer Protection)

நுகர்வோர் தனது உரிமைகள் மற்றும் பரிவர்த்தனைகளுக்கு அவரிடம் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தி, அவரின் குறைகளுக்கு தீர்வு காண உட்கர்த்தின் மூலம் விளம்பரப்படுத்த வேண்டும். நுகர்வோர் தனது வாழ்க்கை மற்றும் ஆரோக்கியத்திற்கு அபாயகரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு எதிராக பாதுகாத்துக்கொள்ள உரிமை உண்டு. தரக்குறைவான கூறுகளுடன் உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது பாதுகாப்பு விதிமுறைகளுக்கு இணங்காத நுண்ணலைக் கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதால் அதைப் பயன்படுத்தும் பயனாளிகள் கடுமையான உடல் ரீதியான தீங்கினை அவர்களுக்கு ஏற்படுத்தலாம். நுகர்வோர் தனது பட்டறிவுடன் ஐ.எஸ்.ஐ குறியீடு உள்ள மின்சார உபகரணங்களை பயன்படுத்த வேண்டும். இதனால் உற்பத்தியாளர்கள் தரமான பொருட்களை மட்டுமே தயாரிக்க வேண்டும் என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

ix. அடிப்படை தேவைகளுக்கான உரிமை (Right to Basic Needs)

ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கும் அடிப்படைத் தேவைகளான உணவு, உடை மற்றும் சுத்தமான நீர்

மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழலுக்கான அடிப்படைகளை பெறுவதற்கு உரிமை உண்டு. இது புதிதாக சேர்க்கப்பட்ட நுகர்வோர் உரிமையாகும். இவை மனித வாழ்க்கையின் தரத்தை மேம்படுத்துகிறது.

17.02 நுகர்வோரின் கடமைகள் (Duties of Consumer)

உரிமைகள் தவிர, நுகர்வோர் மீது சில கடமைகள் விதிக்கப்பட்டு உள்ளன. நுகர்வோர் தனது கடமைகளை உணர்ந்து கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் வாங்குவதை நேர்மையாக செய்ய வேண்டும் மற்றும் அவரது உரிமைகளை தவறாக பயன்படுத்தக்கூடாது. பின்வருவன நுகர்வோரின் கடமைகளுக்கு ஆதாரமாக உள்ளன.

i) தரமான பொருட்களை நியாயமான விலையில் வாங்குதல் (Buying Quality Products at Reasonable Price)

பொருட்களைப் பற்றிய முழுமையான அறிவுடன் அதன் விலை, தரம் மற்றும் அதன் அனைத்து விவரங்களையும் அந்த பொருளை வாங்குவதற்கு முன் தெரிந்து கொள்ள வேண்டியது நுகர்வோரின் முக்கிய பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளின் விலை பற்றி கடைகளிலும் முடிந்தால் அரசு விற்பனையகங்களிலும் விசாரித்து ஒரு முடிவுக்கு வரவேண்டும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளைப் பற்றிய அறிவை தனது சொந்த அனுபவத்திலோ அல்லது அந்த பொருளை பயன்படுத்திய மற்றவர்களிடமோ அல்லது இணையதளம் மூலமாகவோ பெற்றிருக்க வேண்டும். எனவே ஒரு பொருளை வாங்கும்பொழுது நன்கு விசாரித்து வாங்குவதை கடமையாகக் கொள்ள வேண்டும்.

ii. பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன் அதன் எடையையும் மற்றும் அளவையும் உறுதிப்படுத்துதல் (Ensure the weights and measurement before making purchases)

வியாபாரிகள் பெரும்பாலும் நியாயமற்ற எடைகள் மற்றும் மோசடி நடவடிக்கைகள் மூலம் நுகர்வோரை ஏமாற்றுகிறார்கள். நுகர்வோர் என்பவர் சரியான எடை மற்றும் சரியான அளவிலான பொருட்களை பெறுகிறோம் என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளை வாங்கும்பொழுது அதன் உறையுடன் கூடியதான நிகர எடையாக வாங்கக் கூடாது. ஆகையால், நுகர்வோர் எப்பொழுதும் முன் எச்சரிக்கையாக பொருட்களை வாங்கும்பொழுது அதன் எடை மற்றும் அளவை கண்காணிக்க வேண்டும்.

iii. விவர அட்டையை கவனமாக படித்தல் (Reading the Label carefully)

பொருளின் மீது ஒட்டப்பட்டுள்ள விவர அட்டையை முழுமையாக படிக்க வேண்டியது நுகர்வோரின் கடமையாகும். பொருளின் விவரங்கள் முழுமையாகவும் சரியாகவும் மற்றும் உண்மையாகவும் இருக்க வேண்டும்.

iv. தவறான மற்றும் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் குறித்து எச்சரிக்கையுடன் இருத்தல் (Beware of false and attractive advertisements)

விற்பனையாளர்கள் பெரும்பாலும் பொருட்கள் மீதான கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்களை செய்கிறார்கள். எனவே, இத்தகைய மோசடி விளம்பரங்களால் தவறாக புரிந்து கொண்டு ஏமாறாமல் இருப்பதே நுகர்வோரின் தலையாய கடமையாகும்.

v) தவறான திட்டங்கள் (Misleading schemes)

பெரும்பாலும் விளம்பரங்கள் கவர்ச்சிகரமாகவும் உணர்ச்சிகரமாகவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அவைகள், ஏமாற்றும் வகையிலும் தவறாகவும் இருந்து நுகர்வோர்களை வழி நடத்தலாம். நுகர்வோர் எப்பொழுதும் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் மீது எச்சரிக்கையாகவும், தவறான விளம்பரங்களை தவிர்க்கவும் வேண்டும். தினந்தோறும் பொருட்களுக்கு சந்தையில் விற்பனையை அதிகரிக்க பரிசுப் பொருட்கள், தள்ளுபடி அல்லது இலவசப் பொருட்கள் வழங்குவதன் மூலம் நுகர்வோரை தூண்டிப் பொருட்களை வாங்க வைக்கிறார்கள். உதாரணமாக சோப்புடன் இலவச சீப்பு, சோப்பின் விலை மீதான தள்ளுபடி ஒரு பொருள் வாங்கினால் மற்றொன்று இலவசம் போன்ற விளம்பரங்கள். பெரும்பாலும் நுகர்வோர் சலுகைகளாலும் தள்ளுபடி போன்றவற்றாலும் மூர்க்கமாக இழுக்கப்படுகிறார்கள்.

இச்சூழ்நிலையில் நுகர்வோர்கள் ஒரு உண்மையை மறந்து விடக் கூடாது. அதாவது, நுகர்வோரிடமிருந்து விற்பனையாளர் ஏற்கனவே விலையை உயர்த்தி பொருட்களை விற்பனை செய்துவிட்டதினால், இலவசப் பொருட்கள் வழங்கினாலும் இத்திட்டத்தில் அப்பொருளின் விலையை திரும்ப பெற்றுவிட்டார். அதனால் நுகர்வோர் எப்பொழுதும் எச்சரிக்கை உணர்வுடன் இருக்க வேண்டும், இல்லையென்றால் இலவசப் பொருட்கள் மீதான பேராசையினால் தேவையில்லாத பொருட்களையும் வாங்கிவிட வாய்ப்புள்ளது.

vi. ரொக்க ரசீதை உறுதி செய்தல் (Ensuring the receipt of cash bill)

பொருட்களுக்கான இடாப்புடன் ரொக்க ரசீது உத்தரவாத அட்டை போன்றவற்றை பெறுவது நுகர்வோரின் சட்டப்படியான கடமையாகும். பொருட்களில் ஏற்படும் குறைபாடுகளை களைய குறைதீர்வகத்தில் முறையிட உத்தரவாத அட்டை உதவிகிறது. நேர்மையற்ற விற்பனையாளர்கள் இறுதியாக விலை குறைப்பு மூலமாக இடாப்பு ரசீது இல்லாமல், பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார்கள். பெரும்பாலும் நுகர்வோர்கள் இந்த வழிகளில் இழுக்கப்படுகிறார்கள். இச்சூழலில் ரசீது இல்லாமல் வாங்கப்பட்ட பொருட்களில் ஏதேனும் குறைகள் ஏற்பட்டால் நுகர்வோர்கள் அக்குறைகளை களைய நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தை அணுக முடியாது.

ஆகையால் பொருட்களை வாங்கியதற்கான ரொக்க ரசீதையும் உத்தரவாத அட்டையையும் கேட்டுப் பெறுவதே நுகர்வோரின் முக்கிய கடமையாகும்.

இந்தியாவில் நுகர்வோரின் உரிமைகள்

1986 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் 24 ஆம் நாள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தை இந்திய அரசு நிறைவேற்றியது.

01. நுகர்வோரின் உரிமைகளை உறுதிப்படுத்துதல்

02. பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு நிவாரணம் வழங்குதல்

03. தவறான வணிக நடவடிக்கைகளை பரிசோதித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்

உலகிலேயே நுகர்வோருக்கான தனிப்பட்ட சட்டம் இதுவேயாகும்.

vii. புகழ்மிக்க கடைகளிலிருந்து பொருட்களை வாங்குதல் (Buying from Reputed Shops)

நுகர்வோருக்குச் சிறப்பானது எதுவெனில் புகழ்மிக்க கடைகளில் அல்லது அரசு கடைகளில் பொருட்களை வாங்குவது சிறந்தது என அறிவுறுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக, கூட்டுறவு கடைகள், சிறப்பங்காடிகள் மற்றும் பிற. உற்பத்தியாளர்கள், கடைக்காரர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் ஆகியோரின் மோசடிகளிலிருந்து தப்பிக்க மேற்காணும் சிறப்புக் கடைகளில் பொருட்களை வாங்குவதே சிறந்தது.

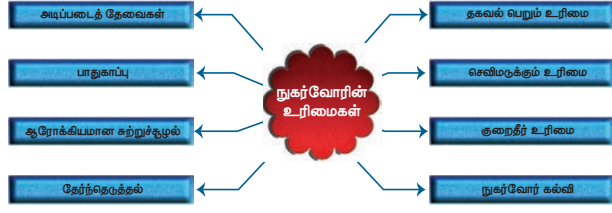
viii. கள்ளச் சந்தைகளில் ஒருபோதும் பொருட்களை கொள்முதல் செய்யாமை (Never Purchase from Black Market)

நுகர்வோர் பொறுப்பான குடிமகனாக அவரது கடமைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும். தனது அதிகப்படியான தேவைகளுக்காக கள்ளச் சந்தையில் பொருட்களை வாங்குவதை எப்பொழுதும் தவிர்க்க வேண்டும். பற்றாக்குறை நேரத்தில் நுகர்வோர் பீதியுடன் பொருட்களை வாங்குவது கூடாது. அதுமட்டுமல்லாமல் பொருட்களை அதிகம் வாங்கி சேமித்து வைக்கக் கூடாது. இந்தச் செயலால் மற்றவர்களுக்கும் தேவைப்படுகின்ற அளவிற்கு அத்தியாவசிய பொருட்களை பாதுகாக்க முடியும்.

ix. தரமான பொருட்களை வாங்குதல் (Buying standardized products)

பெரும்பாலும் நுகர்வோர் குறைந்த விலையிலான பொருட்களை அதிகம் வாங்குகிறார்கள். ஆனால் அவைகள் நீடித்த மற்றும் பாதுகாப்பானவைகளாக இருப்பதில்லை. ஆகையால் நுகர்வோரின் கடமை

என்னவென்றால் தரமான பொருட்களையே வாங்குதல் மற்றும் உள்ளதையே ஆராய்ந்து தரக்குறியீட்டுடன் வாங்குதல் பாதுகாப்பானதாகும்.



x. உற்பத்தியாளர்களின் அறிவுறுத்தல்களை பின்பற்றுதல் (Follow the Instructions of the Manufacturer)

நிறுவனம் வழங்கியுள்ள அறிவுறுத்தல்களின்படி நுகர்வோர்கள் பொருட்களை பயன்படுத்த வேண்டும். உதாரணமாக மருந்துப் பொருட்களை குளிர்சாதனப் பெட்டியில் வைத்து பயன்படுத்த வேண்டும் என்று குறிப்பிடப்பட்டிருந்தால் அதன்படி பின்பற்ற வேண்டும். இவ்வாறு முன் எச்சரிக்கையாக பாதுகாப்பதன் மூலம் மருந்து பொருட்களுக்கு எந்தவொரு சேதமோ மற்றும் தீங்கோ ஏற்படுவதிலிருந்து நுகர்வோர்கள் தங்களை பாதுகாத்துக் கொள்ளலாம்.

xi. நுகர்வோரின் உரிமைகள் பற்றிய அறிவு (Knowledge of Consumer Rights)

இன்றைய காலகட்டத்தில் விரைவாக இலாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்கில் முடிந்தவரை கிடைக்கக்கூடிய பல வழிகளில் விற்பனையாளர்கள் நுகர்வோர்களை ஏமாற்றுவதை பார்க்க முடிகிறது. நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை பற்றி எச்சரிக்கையுடன் இருப்பதே தலையாய கடமையாகும். ஒரு வியாபாரியினால் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படும்பொழுது அமைதியான பார்வையாளராக இல்லாமல் அவர் உடனடியாக ஒரு புகாரை வியாபாரியின் மீது நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் ஆதாரத்துடன் சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

17.03 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் (Consumer Responsibilities)

நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை திறமையாக பாதுகாக்கவில்லையென்றால் தனது நோக்கத்தை அடைய முடியாது. தனது பொறுப்புகளை முழுமையாக புரிந்து கொள்ளவில்லையென்றால் நுகர்வோர் தனது நோக்கத்தை உரிய முறையில் அடைய இயலாது. நுகர்வோர் தனது பொறுப்பு என்னவென்பதை பொருட்களை வாங்கும்பொழுதும் பயன்படுத்தும்பொழுதும் மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நுகரும்பொழுதும் எப்பொழுதும் நினைவில் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோரின் உரிமைகளும் பொறுப்புகளும் ஒரு நாணயத்தின் இரு பக்கங்களாகும். நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை அனுபவிப்பது குறிப்பிட்ட பொறுப்பாகக் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் பின்வரும் வகையில் பட்டியலிடப்படுகின்றன.

1. விற்பனை ஒப்பந்த சட்டத்தின் விதிகள் மற்றும் நிபந்தனைகள்படி பொருளுக்கான விலையை நுகர்வோர்கள் செலுத்த வேண்டும்.
2. பொருட்களை நுகர்வோரின் இருப்பிடத்தில் வழங்குமாறு விற்பனையாளரை கேட்டுக் கொள்வது அவரின் பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் அப்பொருட்களை குறித்த நேரத்தில் பெற்றுக் கொள்வது அவரின் கடமையாகும்.
3. ஒப்பந்தச் சட்டத்தின்படி குறித்த நேரத்தில் பொருட்களை நுகர்வோர் பெற்றுக் கொள்ளவில்லையென்றால் அதனால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு அவரே பொறுப்பாவார்.
4. நுகர்வோர் பொருட்களை பெற்றுக் கொண்டதாமதமாக விற்பனையாளருக்கு பணம் செலுத்தினாலோ அல்லது பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்படுத்திவிட்டாலோ அதற்கான நஷ்டஈடு தர வேண்டியது நுகர்வோரின் கடமையாகும்.
5. நுகர்வோர் தங்களிடமிருக்கும் பொருட்களை அதன் விதிமுறைகளின்படி மற்றும் முன்னெச்சரிக்கையுடன் அப்பொருட்களை பயன்படுத்த வேண்டும்.
6. நுகர்வோர் பொருட்கள் மீதான தனது தேவையை தெளிவாக விற்பனையாளரிடம் வெளிப்படுத்த வேண்டும்.
7. நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன்பாக கட்டாயம் பொருட்கள் மீதான விலை, தரம் மற்றும் அளவு ஆகிய தகவல்களை முழுமையாக பார்க்க வேண்டும்.
8. நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்கும்பொழுது விற்பனையாளரிடமிருந்து பொருட்களுக்கான ரொக்க ரசீதைபெற்றுக்கொள்ள வேண்டும். பொருட்களுக்கான உத்தரவாத காலத்தை அதன் உத்தரவாத அட்டையை பார்த்து தெரிந்து கொள்வதுடன் அதனை கேட்டு பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். உத்தரவாத அட்டையில் விற்பனையாளரின் கடை முத்திரையையும் மற்றும் கையெழுத்தையும் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
9. நுகர்வோர் பொருட்களில் ஏதேனும் குறை ஏற்பட்டாலோ அல்லது சேவைக்குறைவு ஏற்பட்டாலோ நுகர்வோர் குறைதீர்வகத்தில் புகாரை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.
10. பொருட்களின் தரத்தில் நுகர்வோர் எவ்வித சமரசமும் செய்து கொள்ளக்கூடாது. நுகர்வோர் ISI, அக்மார்க், FPO போன்ற தரக்குறியீடு சான்றுகளை மற்றும் அடையாளக் குறியீடுகளை இருக்கிறதா என்று பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.
11. விளம்பரங்கள் மூலம் பொருட்களின் தரம் மிகைப்படுத்தி காண்பிக்கப்பட்டால் அதை நுகர்வோர் ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடாது. விளம்பரங்கள் மூலம் காண்பிக்கப்படும் அம்சங்களும் உண்மையான அம்சங்களும் வேறாக இருந்தால் அதுபற்றி விற்பனையாளரிடமோ அல்லது விளம்பரப்படுத்துவோரிடமோ அத்தகவலை தெரிவிக்க வேண்டும்.

12. நுகர்வோர் தனது உரிமைகளாக, பாதுகாப்பு, பொருட்கள் பற்றிய தகவல், தேர்ந்தெடுத்தல், குறைதீர்வுகத்தில் தெரியப்படுத்துதல், பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை கேட்டுப் பெறுதல் போன்றவை உள்ளது என்பதை கட்டாயம் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். மேற்காணும் உரிமைகள் மறுக்கப்பட்டால் 1986ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின்படி குறைதீர்வுகத்தில் உடனே முறையிட வேண்டும்.



நுகர்வோர் பெயர்: திரு. சசிபூஷன், புதுடெல்லி
வங்கிக்கு எதிரான புகார்: பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி

புதுடெல்லி, K.G. மார்க், ECE ஹவுஸில் உள்ள பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கியில் சம்பளத்திற்காக கணக்கு வைத்துள்ளார். 2012, ஆகஸ்ட் 25ஆம் நாள் பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி தானியங்கி பணம் வழங்கும் எந்திரம் (ATM) ஒன்றில் பணம் எடுக்கும் முயற்சி குறித்து புகார் எழுப்பப்பட்டது. இரகசிய குறியீட்டு எண்ணாக இரண்டு இலக்க எண்ணை பதிவு செய்தார். சில நிமிடங்கள் வரை அவர் ATM செயல்முறைகளுக்காக காத்திருந்தார். மீண்டும் அதன் செயல்முறைகளில் பணம் எடுக்க முயற்சித்தார். ஆனால் அதன் செயல்பாடுகள் நின்றுவிட்டன. பின்னர் அவரின் கணக்கிலிருந்து ரூ.15,000 எடுக்கப்பட்டதாக ரசீது வெளிவந்தது. அவர் உடனே வாடிக்கையாளர் சேவை மையத்தை அழைத்து புகார் பதிவு செய்தார். புகார் எண்ணையும் பெற்றுக் கொண்டார். 2012, ஆகஸ்ட் 31ஆம் நாள் வங்கி அவரின் புகாரை நிராகரித்ததாக குறுஞ்செய்தி (SMS) அனுப்பியது. அவரின் நடவடிக்கை வெற்றிகரமாக செயல்பட்டு பணம் பெற்றதாக குறுஞ்செய்தியில் தகவல் கூறப்பட்டிருந்தது.

பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கியின் ATM செயல்படவில்லை. வாடிக்கையாளர் முழுமையாக இரகசிய எண்ணை குறியீடு பதிவு செய்யவில்லை. அதனால் வங்கி மர்மமாக வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் பணம் பெற்றுக் கொண்டதாக பற்று வைத்தது. இரண்டாவதாக வங்கி பரிவர்த்தனைகளின் காட்சிகளை காட்ட ஒப்புக்கொண்டு பின்னர் பின்வாங்கியது. இது ரிசர்வ் வங்கியின் விதிமுறைகளை அப்பட்டமாக மீறிய செயலாகும். வங்கியின் ATM ல் தோல்வியுற்ற பரிவர்த்தனைக்கு 7 நாட்களுக்குள் அதிகபட்சமாக பற்று வைப்பது மட்டுமல்லாமல் குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பிறகும் பாதிக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளருக்கு வங்கியால் நிவாரணம் வழங்காத காரணத்தினால் வங்கி செலுத்த வேண்டிய தொகைக்கும் மற்றும் அத்தொகை செலுத்தாத ஒவ்வொரு நாளுக்கும் ரூ.100 அபராதம் செலுத்துமாறு நுகர்வோர் மன்றத்தால் ஆணை வழங்கப்பட்டது.



NCH கருத்துரை (தேசிய நுகர்வோர் குழுமத்தின் கருத்துரை / ஆலோசனை)

திரு K.V. சந்திரன் அவர்கள் பிரபலமான TV கண்காட்சி கடையில் L.E.D. தொலைக்காட்சிப் பெட்டி ஒன்றை 5 வருட உத்தரவாதத்துடன் வாங்கி வீட்டில் பொருத்தினார். 18 மாதங்களுக்குப் பிறகு அத்தொலைக்காட்சியின் ஒலிபெருக்கியில் பிரச்சினை ஏற்பட்டது. திருமதி R. ஹேமலதா தொலைக்காட்சி விநியோகஸ்தரிடம் இதை பழுதுபார்ப்பு செய்யுமாறு வேண்டுகோள் விடுத்தார். ஆனால் விநியோகஸ்தர் பழுதுபார்க்க மறுத்தார். நீங்கள் திருமதி R. ஹேமலதாவிற்கு வழங்கும் ஆலோசனை என்ன?



நமது சிந்தனைக்கு

மாணவர்கள் தங்கள் பள்ளியின் நுகர்வோர் கவுன்சிலின் நடவடிக்கைகளை பார்வையிட வேண்டும்.



எதிர்கால கற்றலுக்கு

மாணவர்கள் நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தின் நடவடிக்கைகள் பற்றிய தகவல்களை திரட்டுவதோடு நுகர்வோரின் உரிமைகளை தெரிந்து கொள்ள பின்வரும் இணையதள முகவரிகளை பார்வையிட வேண்டும்.

www.jagograhakjago.com

<https://consumeraffairs.nic.in>

கலைசொற்கள்

நுகர்வோர் உரிமைகள், நுகர்வோர் கடமைகள், நுகர்வோர் பொறுப்புகள், ரொக்க ரசீது, பணக் குறிப்பாணை



பயிற்சி



I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. நவீன சந்தையியலின் இறுதியான நோக்கம் _____
 அ) அதிகமான இலாபம் ஆ) குறைவான இலாபம்
 இ) நுகர்வோர் திருப்தி ஈ) சமுதாயத்திற்கு சேவை
2. _____ என்பவர் நவீன சந்தையியலின் மன்னர் ஆவார்.
 அ) நுகர்வோர் ஆ) மொத்த வியாபாரி
 இ) உற்பத்தியாளர் ஈ) சில்லறை வியாபாரி
3. நுகர்வோரின் உரிமைகள் அவர்கள் கொண்டுள்ள நிலையில் _____ ஆகும்.
 அ) அளவீடுகள் ஆ) விற்பனை அதிகப்படுத்துதல்
 இ) பொறுப்புகள் ஈ) கடமைகள்
4. ஜான் எப் கென்னடி அவர்களின் கூற்றுப்படி பின்வருவற்றில் நுகர்வோர் உரிமையல் இடம் பெறாதவை எது?
 அ) பாதுகாப்பு உரிமை ஆ) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை
 இ) நுகரும் உரிமை ஈ) தெரிவிக்கும் உரிமை
5. நுகர்வோரின் பொறுப்பு என்பது அவர் பெற்றுள்ள _____ ஆவணமே பொருட்களை வாங்கியதற்கான அடையாளமாகும்.
 அ) ரொக்க ரசீது ஆ) உத்தரவாத அட்டை
 இ) இடாப்பு ஈ) மேற்காணும் அனைத்தும்

விடைகள்

1	இ	2	அ	3	இ	4	இ	5	அ
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

II. குறு வினாக்கள்:

1. தெரிவிக்கும் உரிமை (Right to be informed) பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.
2. பாதுகாப்பு உரிமை பற்றி நீவிர் புரிந்து கொண்டது என்ன?
3. ஜான் F கென்னடி கூறிய நுகர்வோர் உரிமைகள் யாவை?
4. வணிகத்தின் தலையாய நோக்கங்கள் யாவை?
5. தரமுடைய பொருட்கள் வாங்கும்போது நுகர்வோர் மனதில் வைத்துக் கொள்ள வேண்டிய முக்கிய அம்சங்கள் யாவை?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. நிவாரணத்திற்கான உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிந்தது என்ன?
2. ஆரோக்கியம் மற்றும் பாதுகாப்பு தொடர்பான பாதுகாப்பு உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிவது என்ன?

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோரின் உரிமைகள் யாவை?
2. நுகர்வோரின் கடமைகளை விளக்குக?
3. நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் யாவை?

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Modern Marketing – S.A. Sherlekar
2. Modern Marketing – R.S. N. Pillai and Bagavathi.
3. Marketing Management – Dr. C.B.Gupta and Dr. N.Rajan Nair
4. Marketing management – S.A. Sherlaker
5. Marketing Management – R.S.N.Pillai and Bagavathi