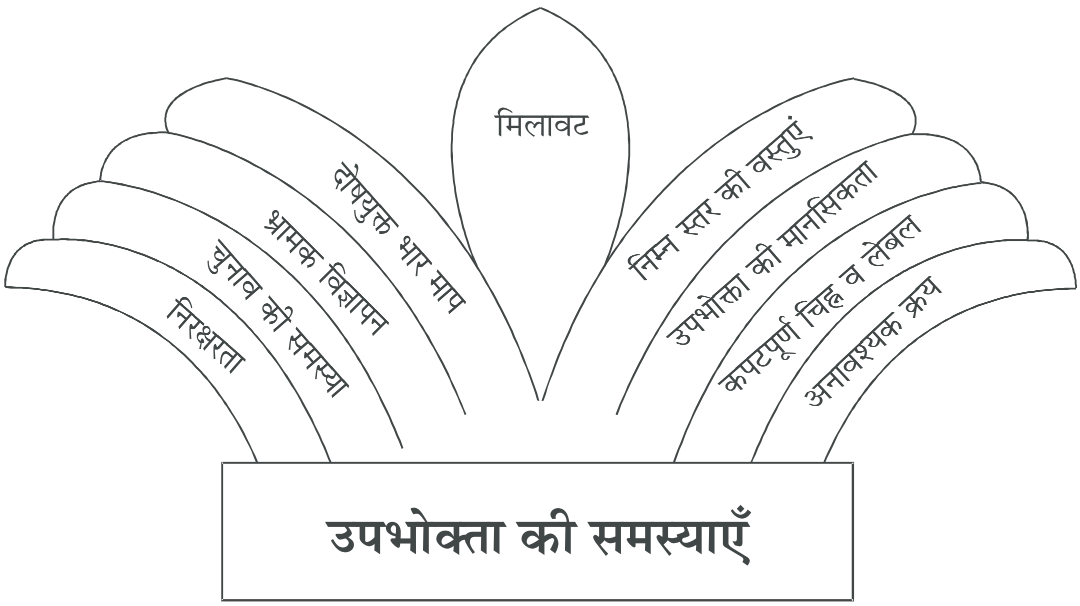
32. उपभोक्ता की समस्याएं

Consumer Problems

किसी भी प्रकार की वस्तुओं को खरीद कर उसका उपभोग करने वाले को उपभोक्ता कहते हैं। उपभोक्ता को सभी वस्तुएं एवं सेवाएं बाजार में उपलब्ध होती है। बाजार में यह वस्तुएं विविध प्रकारों, अलग-अलग दामों तथा गुणवत्ता में उपलब्ध होने के कारण उनका चयन करना और भी ज्यादा कठिन कार्य हो जाता है। उत्पादकों द्वारा अधिक धन कमाने काल ालचत थाब ढ़तीस् पर्धाके क ारण,व स्तुओंके ग ुणम ेंि भन्नता, मिलावट, बढ़ती महंगाई, कम नाप-तौल, विज्ञापनों का बढ़ता चलन, गलत प्रस्तुतीकरण, मिथ्या छाप आदि दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। निर्माताओं द्वारा आजकल वस्तुओं की उत्कृष्टता पर ध्यान न देकर, उनके प्रचार-प्रसारए वंि वज्ञापनोंप रअ धिकज ोरि दयाज ा र हाहै ,ि जससे उपभोक्ताओं में अपनी वस्तु के प्रति रुचि जागृत कर सकें और अधिक लाभ कमाएं।

खाद्य पदार्थों में भी मिलावट की जाने लगी है, जिससे लोगों के स्वास्थ्य पर बहुत बुरा प्रभाव पड़ रहा है। कुछ लोग तो भयंकर बीमारियों, जैसे-ड्राप्सी, लकवा, अन्धता आदि के शिकार हो रहे हैं। उपभोक्ता अज्ञानतावश झूठे विज्ञापनों और मुफ्त उपहारों के चक्कर में फंसकर, कभी-कभी घटिया वस्तुएं खरीद लेते हैं, जिससे उत्पादकों का लक्ष्य तो पूरा हो जाता है, परन्तु उपभोक्ता को वस्तुओं का उपयोग कर पूर्ण सन्तोष नहीं प्राप्त होता है। यही कारण है कि आज उपभोक्ता को कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है। उपभोक्ता की निम्न समस्याएं हैं :

(1) निरक्षरता – भारत में अधिकांश जनता निरक्षर है। पुरुषों मेंत ोि फरभ ी5 0-60प्र तिशतत कस ाक्षरताहै ,प रन्तुम हिलाओंमें साक्षरता की दर अत्यन्त ही निम्न है। निरक्षर जनता को धोखा देना, छलना और भ्रमित करना विक्रेता के लिये बहुत सरल होता है। उन्हें वस्तु पर लगे लेबल पढ़ने नहीं आते हैं जिसका फायदा विक्रेता उठाता है और अधिक



चित्र 32.1 :

मूल्य में घटिया वस्तु बेच देता है। कभी-कभी तो विक्रेता की वस्तुएं भी उपभोक्ता को दे देता है। निरक्षर उपभोक्ता उसे पढ़ नहीं पाता है और वह वस्तु खरीद लेता है।

(2) चुनाव की समस्या – आजकल बाजार में एक ही वस्तु की बहुत सारी किस्में उपलब्ध हैं, जिसके कारण चुनाव करना बहुत मुश्किल हो गया है। एक ही वस्तु के विभिन्न ब्राण्ड देखकर उपभोक्ता असमंजस में पड़ जाता है। एक ही वस्तु अलग-अलग ब्राण्ड की अलग-अलग मूल्य में बाजार में उपलब्ध है। उदाहरणार्थ-शैम्पू चाहिये तो कई ब्राण्ड के बाजार में उपलब्ध है, कौन सा चुनें यह उपभोक्ता के लिये समस्या है।

(3) भ्रामक विज्ञापन – विज्ञापन वस्तुओं को बेचने की कला है जो कि उपभोक्ताओं की भावनाओं को प्रभावित करते हैं। भ्रामक विज्ञापन उपभोक्ताओं को गलत जानकारी देते हैं। एक जैसी उपभोग में आने वाली वस्तुओं के अनेक विज्ञापनों के कारण वह अपने आपको भ्रामक स्थिति से घिरा हुआ पाता है। इन विज्ञापनों का व्यय उपभोक्ताओं से ही वसूला जाता है। इनकी कीमत वस्तु के मूल्य में ही जोड़ दी जाती है।

विज्ञापन कई माध्यमों से प्रस्तुत किये जाते हैं, जैसे-रेडियो, सिनेमाघरों, पोस्टर्स, मेले, प्रदर्शनियों, वाहनों पर एवं टी.वी. आदि द्वारा। विज्ञापनों को बहुत ही आकर्षक तरीके से उपभोक्ता के सामने प्रस्तुत किया जाता है, जिससे उपभोक्ता वस्तु के गुण-दोषों को न देखकर विज्ञापन से प्रभावित होकर वस्तु खरीद लेते हैं। विशेषकर कम उम्र के व्यक्ति, बच्चे, अशिक्षित व्यक्ति एवं महिलाएं इस तरह के विज्ञापनों से जल्दी प्रभावित होकर कम मूल्य की वस्तु भी अधिक मूल्य में खरीद लेते हैं।

(4) दोषयुक्त भार और माप – स्वतन्त्रता प्राप्ति से पूर्व भारत के विभिन्न राज्यों में भार और माप-तौल की अलग-अलग प्रणालियां व प्रथाएं थीं। कुछ स्थानों में किलो और ग्राम में तोला जाता था, कहीं रत्री, तोला और मासा में। इसी प्रकार कुछ स्थानों पर मण, सेर, छटांक आदि का उपयोग किया जाता था। ऐसी स्थिति में उपभोक्ता अज्ञान होने के कारण भ्रमित हो जाता था। व्यापारी उसकी इस स्थिति का फायदा उठाकर कम तौलते थे इसलिये यह जरूरी हो गया था कि पूरे देश में माप-तौल की एक ही प्रणाली का उपयोग किया जाये। इसलिये केन्द्रीय सरकार ने **28 मार्च, 1939** में स्टेण्डर्ड ऑफ वेट एक्ट पारित किया परन्तु द्वितीय महायुद्ध प्रारम्भ हो जाने से यह लागू नहीं हो पाया। फिर 8जुलाई, 1942 में इसे पहली बार प्रभावपूर्ण तरीके से पारित कर क्रियान्वित किया गया। पूरे देश में एक-सी भार एवं माप प्रणाली का उपयोग होने के बाद भी व्यापारी वर्ग ने उपभोक्ता को ठगने के लिए ऐसे-ऐसे तरीके ढूंढ़ निकाले जिस पर विश्वास ही नहीं होता। जैसे-कुछ विक्रेता व दुकानदार अपने हाथ के कौशल से उपभोक्ता को ठग लेते हैं। वजन तौलते समय डंडी मारना, कपड़ा काटते समय 1-2 सेमी. कम काटना, तराजू के नीचे चुम्बक आदि लगाना आदि इसी प्रकार उपभोक्ता कई तरीकों से ठगा जाता है। उसे पूरा मूल्य देने पर भी सही वजन में वस्तु नहीं मिल पाती है।

तराजू की डंडी चपटी होनी चाहिये तथा वस्तु को डिब्बे के साथ भी तौलना अपराध है।

(5) मिलावट – खाद्य सामग्रियों में मिलावट रोजमर्रा की बात है। यह एक बहुत बड़ी समस्या बनती जा रही है, जो कि स्वास्थ्य के लिये भी बहुत हानिकारक है। जैसे-लाल मिर्च में ईंट का चूरा, दालों में मिट्टी-कंकड़, काली मिर्च में सूखे पपीते के बीज, मैदे में चौक पाउडर। इसी प्रकार दूध में पानी मिलाना व क्रीम निकाल कर बेचना, सरसों के तेल में अलसी व पीले धतूरे के तेल की मिलावट, दालचीनी के नाम पर अन्य वृक्षों की छाल बेचना। इसी प्रकार पेट्रोल में मिट्टी का तेल तथा सीसा मिलाया जाता है जिससे वाहनों की मशीनों में स्थायी खराबी आ जाती है।

(6) निम्न स्तर की वस्तुएं – बाजार में एक ही उपयोग की अनेक वस्तुएं उपलब्ध होती है। इनमें से कुछ वस्तुएं उच्च स्तर या गुणवत्ता वाली होती है, जबकि कुछ वस्तुएं निम्न स्तर की होती है। सामान्य उपभोक्ता के लिये यह पहचानना मुश्किल होता है कि कौन सी वस्तु उच्च किस्म की है या कौन सी वस्तु निम्न किस्म की। जबकि भारत सरकार द्वारा वस्तुओं के श्रेणीकरण की व्यवस्था की गई है जिसमें वस्तुओं को उनके स्तर के अनुरूप उत्तम, साधारण, निम्न श्रेणी प्रदान की जाती है, किन्तु ज्यादातर वस्तुएं श्रेणीकृत नहीं होती है। सामान्य उपभोक्ता बाजार में उपलब्ध अनेकों निर्माताओं की एक सी उपयोग वाली वस्तुओं को देखकर भ्रमित हो जाता है। अधिकांश वस्तुओं की गुणवत्ता उसे उपयोग में लाने के बाद ही ज्ञात होती है। ऐसी स्थिति में उनका धन व्यर्थ होता है और असन्तोष प्राप्त होता है।

(7) उपभोक्ता की मानसिकता – ज्यादातर उपभोक्ताओं का यह मानना होता है कि महंगी वस्तुएं ज्यादा अच्छी होती हैं और इसी भ्रम में महंगी से महंगी वस्तुओं को क्रय कर लेते हैं। भले ही यह वस्तु उनके लिये ज्यादा लाभकारी एवं उपयोगी नहीं होती है। हमारे बुजुर्गों द्वारा भी एक कहावत है- 'सस्ता रोए बार-बार, महंगा रोए एक बार।' परन्तु यह बात हमेशा सही नहीं। कई बार सस्ते मूल्य पर भी अच्छी वस्तुएं उपलब्ध हो जाती है।

(8) कपटपूर्ण चिह्न व लेबल का उपयोग – कई विक्रेता या उत्पादक नकली चिह्नों व लेबल का उपयोग कर गुमराह करते हैं। वे प्रतिष्ठित कम्पनियों के नाम में थोड़ा-सा परिवर्तन कर उसका उपयोग कर लेते हैं। प्रतिष्ठित कम्पनियों के पैकिंग के अन्दर नकली चीज रख देते हैं। इस प्रकार अशिक्षित व नासमझ उपभोक्ता विक्रेताओं के इस जाल में फंसकर ठगे जाते हैं।

(9) अनावश्यक क्रय – आजकल अनावश्यक क्रय की समस्या भी बहुत बढ़ती जा रही है। उपभोक्ता जब वस्तु को क्रय करने के लिये जाता है तो अनावश्यक क्रय भी कर लेते हैं। चाहे वह उन वस्तुओं का प्रयोग करे या नहीं। यह सब मॉल में सभी वस्तुओं के प्रदर्शनी के कारण होता है। यह उत्पादक व विक्रेता की बाजारीकरण की नई प्रणाली है, जिसमें उपभोक्ता फंसकर अनावश्यक वस्तुएं क्रय कर लेता है क्योंकि वह वस्तुएं उपभोक्ता को आकर्षित करती है।

(10) बाजार की स्थिति पर निर्भर रहना – उपभोक्ता की सबसे बड़ी एवं प्रमुख समस्या है कि उसे स्थानीय बाजार में उपलब्ध वस्तुओं को ही क्रय करना पड़ता है, चाहे वह वस्तु घटिया किस्म की हो अथवा उच्च कोटि की, यह समस्या अधिकतर ग्रामीण उपभोक्ता के साथ होती है, क्योंकि शहर से दूर जाकर वस्तुओं को खरीदने में काफी समय, शक्ति एवं धन व्यय होता है क्योंकि शहर तक जाना उनको महंगा पड़ता है। अत: वह निकट के बाजार में जैसी भी वस्तु उपलब्ध रहती है, वह उन्हीं को क्रय करके सन्तोष कर लेता है।

इस प्रकार यह अनेक समस्याएं हैं जिनका दिन-प्रतिदिन सामना उपभोक्ता को करना पड़ता है। वर्तमान समय में आवश्यकता इस बात की है कि वे एकजुट होकर प्रयास करें व इन समस्याओं का डटकर मुकाबला करें। यद्यपि सरकार भी इस दिशा में प्रयासरत है, फिर भी जब तक उपभोक्ता स्वयं जागृत नहीं होगा तब तक उसकी समस्याओं का निराकरण व निवारण नहीं होगा।

महत्त्वपूर्ण बिन्दु :

(1)उ पभोक्ताव ह० यक्तिह ैज ोव स्तुओंक ोख रीदक रउ नका उपभोग करता है।

(2) उपभोक्ता को सभी वस्तुएं बाजार में आसानी से उपलब्ध होती है।

(3) उपरोक्ता को बाजार में वस्तु खरीदते समय कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है।

अभ्यासार्थ प्रश्न :

1. निम्न प्रश्नों के सही उत्तर चुनें :

(i) वस्तुओं के उपभोग करने वाले व्यक्ति को कहते हैं :

(अ) उत्पादक (ब) विक्रेता

(स) उपभोक्ता (द) उपरोक्त सभी

(ii) काली मिर्च में मिलावट की जाती है :

(अ) पपीते के बीज की (ब) कोयले के चूरे की

(स) कंकड़ (द) उपरोक्त सभी

(iii) तराजू की डण्डी होनी चाहिये :

(अ) चपटी (ब) गोल

(स) तिरछी (द) लम्बी

(iv) वस्तु का मूल्य अधिक हो जाता है?

(अ) जब वस्तु सहकारी भण्डार से खरीदी गई हो

(ब) वस्तु राशन की दुकान से खरीदी गई हो

(स) जान-पहचान वाला नहीं हो

(द) जब वस्तु प्रतिष्ठित दुकान से खरीदी गई हो

2. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिये :

(i) निर्माता प्रसिद्ध ब्राण्ड की .... वस्तु बनाकर बाजार में सस्ते मूल्यों पर बेचते हैं।

(ii) एक ही वस्तु कई ब्राण्ड की होने पर वस्तु के .... समस्या आती है

(iii) उपभोक्ता स्वयं .... है, उसे अच्छा लगे वही खरीदना चाहिये।

3. निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें :

(अ) भ्रामक विज्ञापन

(ब) वस्तु के चुनाव की समस्या

(स) मिलावट

(द) कपटपूर्ण चिह्न व लेबल

4. उपभोक्ता की परिभाषा लिखिये।

5. एक उपभोक्ता को बाजार में वस्तु के चुनाव की समस्या क्यों आती है? लिखिये।

6. उपभोक्ता को इन समस्याओं से बचने के लिये क्या करना चाहिये?

7. झूठे व भ्रामक विज्ञापन किस प्रकार उपभोक्ता को ठगते हैं।

8. अशिक्षा उपभोक्ता की एक समस्या है क्यों? समझाइये।

उत्तरमाला :

(i) स (ii) अ (iii) अ (iv) द

(i) नकली (ii) चुनाव की (iii) सम्राट