

APPOLO STUDY CENTRE

TEST - 16 Consumer Protection Forms

12 th commerce	Unit - 16	நுகர்வோரியல்
	Unit - 17	நுகர்வோரின் உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்
	Unit - 18	குறை தீர்ப்பு செயல்முறை

அலகு - 6
நுகர்வோரியல்
அத்தியாயம் - 16

- ✦ தொழிற்புரட்சிக்கு முந்தைய காலங்களில் சமுதாய மக்களின் வாழ்வியல் அமைப்பு வெளித் தொடர்பு இன்மையின் காரணமாக அவர்களின் தேவை மிகக் குறைவாகவே இருந்தது.
- ✦ பெரும்பான்மையான மக்கள் கிராமப்புறங்களிலேயே வசித்து வந்தனர், அவர்களுக்குத் தேவையான பொருட்களின் கணிசமான பகுதியை விவசாயிகள் உற்பத்தி செய்தனர். வணிகம் சிறிய அளவிலேயே நடைபெற்றுவந்தது.
- ✦ விவசாயத்தில் உற்பத்தி செய்ய முடியாத பொருட்களை மட்டுமே உற்பத்தியாளர்கள் உற்பத்தி செய்தனர்.
- ✦ நாடு தொழில்மயமாக்கப்பட்டபோது, சமுதாயம் பன்முகப்படுத்தப்பட்டபோது மேம்படுத்தப்பட்ட தொழில்நுட்பத்தின் மூலம் மூலப்பொருட்கள் தங்களது இயல்புகளை மாற்றிக் கொண்டன. புதிய பொருட்கள் தோற்றம் பெற்றன.
- ✦ நுகர்வோரின் வியாபாரச் சார்புத்தன்மை அதிகரித்தது. நுகர்வோர் சார்புத்தன்மை மற்றும் வணிகப் பொறுப்புணர்வு ஆகியவை இரண்டும் ஒரு நாணயத்தின் இருபக்கங்களைப் போன்றது.
- ✦ உற்பத்தியாளர், நுகர்வோர் மற்றும் அரசாங்கம் ஆகியவை வணியத்தின் மூன்று முக்கியக் கூறுகள் ஆகும். வணிக உலகில் அதிக சுரண்டலுக்கு உள்ளாவது நுகர்வோர்கள் ஆவர்.
- ✦ இந்த அத்தியாயம் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுவது பற்றியும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்தும் விவரிக்கிறது.

நுகர்வோர்

- ✦ உற்பத்தியாளரிடமிருந்து அல்லது பொருட்களை வாங்குவோர் அல்லது இயங்கை வளங்களை கொண்டு உருவாக்கப்பட்டு (காற்று, நீர் மற்றும் இயற்கை வளங்கள்) அல்லது பிறரால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு, விற்கப்படும் பொருட்களை பயன்படுத்துபவரே நுகர்வோர் ஆவார்.

- ✦ வங்கிகள் போக்குவரத்து நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் போன்றவை வழங்கும் சேவைகளை ஏற்பவரும் நுகர்வோர் என்றே அழைக்கப்படுகிறார்.
- ✦ வேறு வார்த்தைகளில் சுறுவதானால் காற்று, நீர், நிலம் போன்றவற்றால் தோற்றுவிக்கப்பட்ட அல்லது நிறுவனங்களால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களை வாங்குவோர் மற்றும் அரசு அல்லது நிறுவனங்கள், மருத்துவ மனைகள், கல்வி நிறுவனங்களால் வழங்கப்படும் சேவைகளை பயன்படுத்தும் தனிநபரே நுகர்வோர் ஆவார்.

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் படி நுகர்வோர் என்பதன் பொருள்:

- ✦ முழுமையாக அல்லது பகுதியாக செலுத்தப்பட்டு, அல்லது செலுத்துவதாக உறுதியளிக்கப்பட்டு அல்லது நீள்பயன் அடிப்படையில் செலுத்தப்பட்டு, மறுபயன் அடையும் வகையில் பொருட்களை அல்லது சேவைகளை வாங்கும் நபர் நுகர்வோர் என அழைக்கப்படுகிறார்.
- ✦ மறுவிற்பனை செய்வதற்கோ அல்லது வணிக நோக்கத்திற்காகவோ பொருட்களை வாங்குபவர் நுகர்வோராகக் கருதப்படமாட்டார்.
- ✦ சுயவேலைவாய்ப்பின் மூலம் தனது வாழ்வாதாரத்திற்கு பொருள் ஈட்டும் நோக்கிற்காக மட்டுமே ஒரு நபர் பொருட்களை வாங்கி இருந்தால் அவர் நுகர்வோராகக் கருதப்படுவார்.
- ✦ கருத்தியல் அடிப்படையில் அனைத்து வணிக நிறுவனங்களும் நுகர்வோர் திருப்பதியையே தங்களின் முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டன. நுகர்வோரே வணிக உலகின் மன்னராகக் கருதப்படுகிறார்.
- ✦ நுகர்வோருக்குச் சேவைகளை அளித்து அவர்களை திருப்திப்படுத்துவதையே வணிகர்கள் தங்களின் முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர். சுதந்திரமான பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோர் மையப்புள்ளியாகத் திகழ்ந்தாலும், அவர்களின் தகுதியை எப்பொழுதும் நுகர்வோர்கள் பெறுவதில்லை.
- ✦ உண்மையில் நுகர்வோர் பலவழிகளிலும் ஏமாற்றப்பட்டு சுரண்டப்படுகிறார்கள். நடைமுறை உலக வாழ்வில் நுகர்வோர் இந்திய இறையாண்மையின்படி சுதந்திரமாக இல்லாமல் அடிமை என்ற நிலையிலேயே உள்ளனர்.
- ✦ நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பெற்று அதன் மூலம் தங்களது தேவைகளை நிறைவேற்றிக் கொள்வதே நுகர்வோரின் இயல்பான, சட்டப்பூர்வமான ஆர்வம் மற்றும் எதிர்பார்ப்பாக உள்ளது.
- ✦ நுகர்வோர் நலன் அல்லது நுகர்வோர் நல்வாழ்வு இதன் மூலமே அமையும். ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரும் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் அவற்றின் தரம், அளவு, விலை, உரிய காலத்தில் கிடைக்கும் தன்மை போன்றவை குறித்த உண்மையான சரியான தகவல்களை அறிய முடியாத கவலை அவர்கள் உயிர்பிரிந்து மண்ணோடு மண்ணாகப் போகும் வரை தீர்க்கப்படாமலே போகிறது.

நுகர்வோர் சுரண்டப்படல்

நுகர்வோர் பின்வரும் பல வழிகளில் சுரண்டப்படுகிறார்கள்:

1. அதிக விலைக்கு விற்பனை:

- ✦ விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவைகளை அளிப்பவர்கள் தாங்கள் வழங்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு அதன் தரத்திற்கு ஈடான விலையைக் காட்டிலம் கூடுதலான விலையை அளிப்பதற்கு பல்வேறு தருணங்களில் நிர்ப்பந்திக்கப்படுகிறார்கள்.
- ✦ பொருட்களை விற்பனை செய்பவர்களிடம் போதுமான அளவு சரக்கிருப்பு இருந்த போதிலும் பொருள்களின் விலையை அதிகரித்து கொள்ளை லாபம் ஈட்டும் நோக்கில் செயற்கையான பற்றாக்குறையை உருவாக்கி அதன் மூலம் பொருட்களை அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்கின்றனர்.

✦ இதன் விளைவாக நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களை கள்ள சந்தையில் கூடுதலான விலை கொடுத்து வாங்க வேண்டிய கட்டாயத்திற்கு தள்ளப்படுகிறார்கள்.

2. கலப்படம்:

- ✦ கலப்படம் என்பது உணவுப்பொருட்களில் விரும்பத்தகாத பகுதிப் பொருட்களைச் சேர்ப்பதாகும். கலப்படப் பொருட்களை வாங்கிப் பயன்படுத்தும் நுகர்வோருக்கு உடல்நீதியாகவும், பணநீதியாகவும் கடுமையான இழப்புகள் ஏற்படுகிறது.
- ✦ ஒரு சாதாரணமான, நியாயமான, விவேகமுள்ள வணிகர் தனது வணிகத்தின் மூலம் நியாயமான இலாபத்தை நேர்மையான முறையில் ஈட்ட விரும்புவார். ஆனால் கொள்ளை லாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற பேராசை பிடித்த வணிகர் பொருட்களில் கலப்படம் என்பது சாதாரணமாக எங்கும் காணப்படம் நடைமுறையாகிவிட்டது.
- ✦ கலப்படம் நுகர்வோரது உடல்நலத்தை பெரிதும் பாதிப்பதால் அது ஒரு மன்னிக்க முடியாத குற்றமாகும்.

3. எடுத்துக்காட்டுகள்

- ★ பாலின் அடர்த்தி மற்றும் வெளிநிறம் அதிகரிப்பதற்காக சோப்பு, சுண்ணாம்பு, யூரியா, காஸ்டிக்சோடா மற்றும் பல்வேறு வேதிப்பொருட்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன.
- ★ உணவு தானியங்களில் சிறிய கற்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன.
- ★ தேங்காய் எண்ணெயில் பாமாயில் கலக்கப்படுகின்றது.
- ★ தேனின் அளவை அதிகரிப்பதற்காக தண்ணீர் மற்றும் சர்க்கரை சேர்க்கப்படுகிறது.
- ★ அரிசிமாவு மற்றும் கோதுமை மாவுகளில் ஸ்டார்ச் சேர்க்கப்படுகின்றது.
- ★ காபிப்பொடியுடன் புளி விதையின் பொடி (புளியங் கொட்டை) சேர்க்கப்படுகிறது.
- ★ மஞ்சள்தூள் போன்ற மசாலாக்களுடன் மெத்தனால் சேர்க்கப்படுகின்றது.
- ★ கருப்பு மிளகுடன் பப்பாளி விதை காலக்கப்படுகின்றது.
- ★ மிளகாய்பொடியுடன் செங்கல் பொடி கலக்கப்படுகின்றது.

நுகர்வோர் சுரண்டல் தொடர்பான காரணிகள்

- * ஏமாற்றுதல் மற்றும் திசை திருப்பும் தந்திரங்கள்
- * போலியான நம்புறுதிகளும் பொறுப்புறுதிகளும் வழங்கல்
- * பொருட்களை கலப்படம் செய்தல்
- * பொருட்களை பதுக்குதல்
- * கள்ளச்சந்தையில் பொருட்களை விற்பனை.

3. போலியான பொருட்கள்:

- ✦ மக்கள் மத்தியில் பிரபலமடைந்த வணிகக் குறியுடைய பொருட்களுக்கு அதே போன்ற போலியான பொருட்கள் சட்டவிரோதமாகத் தயாரிக்கப்பட்டு மோசடியாக விற்பனை செய்யப்பட்டுவருகின்றது.
- ✦ தானியங்கி (ஆட்டோமொபைல்) வாகன உதிரிபாகங்கள், பிளேடுகள், கைக்கடிகாரங்கள், பேனாக்கள், வானொலிப்பெட்டிகள், மருத்துவ மருந்துப் பொருட்கள், நகைகள், துணிகள் மற்றும் ரூபாய் நோட்டுக்கள் கூட கள்ளத்தனமாக, போலியாகத் தயாரிக்கப்பட்டு இமயம் முதல் குமரி வரை எங்கும் நீக்கமற தாராளமாக விற்பனை செய்யப்பட்டு வருகின்றது.
- ✦ அசல் எது? போலி எது? என இனங்காண இயலாத நிலையிலேயே இன்றளவும் நுகர்வோர் பொருட்களுக்கு கூட அசல் பொருட்களின் விலையை பெற்றுக்கொண்டு நுகர்வோரை சுரண்டுகின்றனர்.

4. செயற்கையான பற்றாக்குறை:

- ✦ சில சூழ்நிலைகளில் வணிகர்கள் தங்களின் வணிக நிறுவனங்களின் சரக்குகளை இருப்பு வைக்கும் இடங்களில் போதுமான அல்லது தேவைக்கு அதிகமான அளவு சரக்குகளை இருப்பு வைத்திருந்தாலும் கூட தங்கள் கடைகளின் முகப்பில் இருப்பு இல்லை எனும் பெயர்ப்பலகையை வைக்கின்றனர்.
- ✦ பெட்ரோல் விற்பனை நிலையங்கள் போன்றவற்றில் இந்நிலையை காண முடியும். இத்தகைய சூழ்நிலைகளில் நுகர்வோர் தங்களின் தவிர்க்க இயலாத தேவையின் அடிப்படையில் அப்பொருட்களை அதிக விலை கொடுத்து வாங்க வேண்டிய நிர்ப்பந்தத்திற்கு ஆளாக்கப்படுகிறார்கள். இதன் மூலம் வணிகர்கள் நேர்மையற்ற முறையில் பெருலாபம் ஈட்டுகின்றனர்.
- ✦ திரையரங்குகளில் அரங்கம் நிறைவு(House Full) எனும் பெயர்ப்பலகை மாட்டப்பட்ட பின்னும் கள்ளச்சந்தையில் அதிக விலைக்கு தாராளமாக அனுமதி சீட்டுக்கள் (Tickets) கிடைக்கின்றன.

5. தரக்குறைவு

- ✦ கட்டுமானம் செய்து முத்திரையிடப்பட்ட கொள்கலன்களை திறந்தால் அதில் அடைக்கப்பட்டுள்ள பொருட்கள் தரம் குறைந்ததாகவும், கெட்டுப்போனதாகவும், நிகர எடை கொள்கலனில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளதை விட குறைவாக இருப்பதையும் காணமுடிகிறது.
- ✦ நுகர்வோர் தாம் வாங்கிய குறைபாடுடைய அல்லது சேதமடைந்த பொருட்களை கொடுத்துவிட்டு புதிய பொருட்களை மாற்றிக்கொள்ள முயற்சிக்கும் போது நுகர்வோர் தமது கவனக்குறைவாலேயே அத்தகைய நிலை ஏற்பட்டதாக குற்றம் சாட்டப்படுகின்றனர்.
- ✦ நுகர்வோர் தங்களின் தலைவிதி என்று கருதும் நிலைக்கு தள்ளப்பட்டு விடுகிறார்கள் பொருட்களை கடைகளில் விற்கும்போது விற்பனையாளர் அதற்குரிய இரசீது கொடுப்பது இல்லை.
- ✦ நுகர்வோரும் இரசீது கேட்டுப் பெறுவது தமது உரிமை என்று உணர்வதில்லை. இதன் காரணமாகவே நுகர்வோர் தாம் வாங்கிய தரக்குறைவான பொருட்களை மாற்றிக்கொள்ள இயலாத, புகார் அளிக்க இயலாத நிலைக்குத் தள்ளப்படுகிறார்கள்.
- ✦ பல விற்பனையாளர்கள் பொருட்கள் விற்கும் போதே அதற்கான இரசீதில் விற்பனை செய்த பொருட்கள் மீண்டும் திரும்ப பெற்றுக் கொள்ள இயலாது என்ற வாசகம் இடம் பெற்றுள்ளதை காணமுடிகிறது. இதன் மூலம் ஏமாற்றக்கூடிய நுகர்வோர்கள் எளிதாக சட்டப்படியே ஏமாற்றப்படுகிறார்கள்.

6. இட்பாடு கொண்ட பொருட்கள்:

- ✦ பொருட்களின் தயாரிப்பாளர்கள், தங்களின் தயாரிப்பு பொருட்களை நுகர்வோர் பயன்படுத்தும் போது அவர்களின் உயிருக்கும், உடைமைக்கும் ஊறு விளைவிக்காமல் பொருட்களை முன்னெச்சரிக்கையுடன் எவ்வாறு பாதுகாப்புடன் பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகளை நுகர்வோரிடம் முன் வைக்க வேண்டும்.
- ✦ முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகள் இல்லாமல் நுகர்வோர் அத்தகைய அபாயகரமான பொருட்களை கையாளும் போது விபத்து ஏற்படுத்தும் வாய்ப்புகள் மிக அதிகம்.

7. உத்திரவாதம் மற்றும் சேவைகள்:

- ✦ நீடித்துழைக்கும் வசதிப் பொருட்களான தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள், சலவை இயந்திரங்கள், குளிர்சாதனப் பெட்டிகள், சலவை இயந்திரங்கள், குளிர்சாதனப் பெட்டிகள், மகிழ்வுந்துகள்,

இருசக்கர வாகனங்கள் மற்றும் குளிருட்டிகள் போன்றவற்றிற்கு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு உத்தரவாதம் வழங்கப்பட்டு அக்காலம் வரை இலவச சேவை வழங்குவதாக உறுதியளிக்கின்றனர்.

- ✦ உண்மையில் உத்தரவாத காலத்தில் கூட இலவச சேவைகள் மறுக்கப்படுகின்றது. தயாரிப்பாளர்கள் தங்கள் வழங்கும் குறுகிய உத்தரவாதக் காலத்தில் குறிப்பிட்ட சில பொருட்கள் அல்லது பாகங்கள் உறுதியாக சேதமடையாது என்று கருதும் பொருட்கள் மற்றும் பாகங்களுக்கு மட்டுமே இலவச நுகர்வோர் சேவை வழங்கப்படும் என்று உத்தரவாதம் வழங்குவதில்லை.
- ✦ இதன் காரணமாக நுகர்வோர் மீது பழுதுபார்ப்புச் செலவு என்ற பெயரில் கட்டணங்கள் திணிக்கப்படுகின்றது. சில சூழ்நிலைகளில் உத்தரவாதம் அளிக்கப்பட்ட பாகங்களுக்கு உத்தரவாத காலத்திலேயே பழுது ஏற்படின் அது நுகர்வோர் கவனக்குறைவால் விதிமுறைகளின் படி பயன்படுத்தப்படவில்லை என்று காரணம் கூறி இலவச சேவை மறுக்கப்படுகின்றது.

8. தகுதியற்ற பொருட்கள்:

- ✦ பொருளின் தரம், நீடித்த உழைப்பு, பொருத்தப்பாடு ஆகியவை பொருட்களின் தகுதி என்ற வகையின் கீழ் வரலாம்.
- ✦ தயாரிப்பாளர்கள் தங்களின் தயாரிப்பு பொருட்களை விளம்பரம் செய்யும் போது அதில் தெரிவிக்கும் அம்சங்களை விளம்பரம் செய்யப்படும் பொருட்கள் கட்டாயம் உள்ளடக்கி இருக்க வேண்டும். ஆனால் நடைமுறையில் அவ்வாறு இல்லை.
- ✦ மனித நுகர்வுக்கு பொருத்தமற்ற பொருட்கள் சந்தையில் விற்பனை செய்யப்படுகின்றது. உடையாது என்று சான்றளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் உபயோகப்படுத்தும் காலத்தில் உடைந்து விடுகின்றது.
- ✦ கசியாது என்று சான்றளிக்கப்பட்ட மேல் அட்டை கொண்டுள்ள பேட்டரிகள் கசிகின்றன. இது போன்ற அனைத்து நிகழ்வுகளிலும் நுகர்வோர் பாதிப்படைகின்றனர்.
- ✦ உற்பத்தியாளர்களும், தயாரிப்பாளர்களும் சட்டத்தில் காணப்படும் ஓட்டைகள் வழியே எளிதில் தப்பித்து விடுகின்றனர்.

9. பொய் விளம்பரங்கள்:

- ✦ விளம்பரத்தின் முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர் மற்றும் பொருளை பயன்படுத்துபவர்களுக்கு பொருள் அல்லது சேவை குறித்த தகவல்களை அளிப்பதே ஆகும். ஆனால் நடைமுறையில் விளம்பரங்களில் பொருள் குறித்த தகவல்கள் மிகச்சிறிய அளவிலேயே வெளிப்படுத்தப்படுகின்றது.
- ✦ விளம்பரங்கள் பொருளின் தரம், விலை, உள்ளடக்கம், பயன்பாடு, உத்தரவாதம், செயல்திறன் குறித்த தவறான கருத்துகளை பரப்புகின்றன. இவ்வகையான பொய் விளம்பரங்களை நம்பி பொருள்களை வாங்கும் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படுகிறார்கள்.
- ✦ ஆகவே இதுபோன்ற நுகர்வோர் சுரண்டல்கள், நுகர்வோர் இன்னல்கள் போன்றவற்றின் வெளிப்பாடே நுகர்வோரியல் ஆகும்.
- ✦ நுகர்வோரியலின் நோக்கம் வணிக பயங்கரவாதம் மற்றும் சுரண்டல் நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்து பொருட்களின் விற்பனையாளர்களுக்கு எதிரான நுகர்வோரின் உரிமைகளையும், அதிகாரங்களையும் நிலைநாட்டுவதே நுகர்வோரியலின் முதன்மை நோக்கம் ஆகும்.

நுகர்வோரியல் மற்றும் அதன் தேவைகள்:

நுகர்வோரியலின் கருத்து:

- ✦ நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கும் மற்றும் நுகர்வோருக்கு உதவும் வகையில் இருக்கும் சமூக உத்வேக செயல்பாடுகள் நுகர்வோரியல் ஆகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறினால், நியாயமற்ற, நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்கான ஒருங்கிணைந்த முயற்சியே நுகர்வோரியல் ஆகும்.

- ✦ வாங்குபவருக்கும், விற்பவருக்கும் இடையேயான பரிமாற்றத்தில் சமநிலையை ஏற்படுத்துவதற்கான சமுதாய முயற்சியே நுகர்வோரியல் ஆகும். பொதுவாக வாங்குபவர்களைக் காட்டிலும் பொருட்களை விற்பவர்களே பலமிக்கவர்களாகக் காணப்படுகிறார்கள்.
- ✦ உற்பத்தியாளர்கள், விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவை அளிப்பவர்கள் நுகர்வோருக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றனர். ஒருவிதத்தில் நாம் அனைவரும் நுகர்வோர்களே. தனிநபர்கள், குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் எதுவாயினும் அனைவரும் ஒருவகையில் நுகர்வோர்களே.
- ✦ அவர்கள் ஒவ்வொரு நாளும் பல்வேறு வகையான பொருட்களையும் சேவைகளையும் பயன்படுத்துகின்றனர். மாணவர்கள் பாடப்புத்தகங்கள், நோட்டுப்புத்தகங்கள், பேனா மற்றும் பல்வேறு வகையான எழுதுபொருட்களை வாங்குகின்றனர்.
- ✦ சில வேலைகளில் தாங்கள் வாங்கும் ஒரு குயர் நோட்டுப்புத்தகத்தில் 192 பக்கங்கள் இருப்பதில்லை. நீங்கள் உரிய சரியான விலையை செலுத்தி பொருட்களை பெற்ற போதும் இத்தகைய காரணங்களால் நீங்கள் ஏமாற்றும் அடைவதில்லையா? அதிருப்தி அடைவதில்லையா? இதனால் ஒரு நுகர்வோர் என்பவர் மற்றவரால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு, விற்பனை செய்யப்படும் பொருட்களை வாங்கி பயன்படுத்துபவர் ஆவார்.
- ✦ சமதர்மம், பொதுவுடைமை மற்றும் முதலாளித்துவம் போன்ற பல தத்துவங்களின் வரிசையில் 1960களின் மத்தியில் இணைந்த புதிய தத்துவம் மற்றும் சமூக இயக்கமே நுகர்வோர் இயல் ஆகும்.

“நுகர்வோரியல் என்பது விற்பனையாளர்களிடமிருந்து வாங்குபவர் தங்களது உரிமைகளையும், அதிகாரங்களையும் மேம்படுத்தும் முயற்சியாகும். - எல்.மெஸ்ஸி

“பொருள் பரிமாற்ற உறவில் எழும் நுகர்வோர் அதிருப்திக்கான விடையை தேடும் தனிநபர்கள் மற்றும் அமைப்பு (நுகர்வோர், அரசு மற்றும் வணிகம்) களின் செயல்பாடே நுகர்வோரியல் ஆகும்.” - வில்லியம் ஸ்டீன்டன்.

“நுகர்வோரியல் என்பது நுகர்வோர் தமது வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திக் கொள்வதில் விளையும் அதிருப்தி மற்றும் இழப்புகளுக்கு தீர்வுகாணும் நுகர்வோர்களின் ஒருங்கிணைந்த முயற்சியே” - பிலிப் கோட்லர்

“நுகர்வோரியல் என்பது நுகர்வோர் தமது வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திக் கொள்வதில் விளையும் அதிருப்தி மற்றும் இழப்புகளுக்கு தீர்வுகாணும் நுகர்வோர்களின் ஒருங்கிணைந்த முயற்சியே”- ரிச்சர்டு புஸ்கிரிக் மற்றும் ஜேம்ஸ்

- ✦ வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால் வணிக அநீதிகளுக்கு எதிராகவும், இத்தகைய அநீதிகளை சரி செய்யும் முயற்சிகளுமே நுகர்வோரியல் ஆகும்.
- ✦ நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளையும், அநீதிகளையும் எதிர்த்து அவற்றை முழுமையாக நீக்கவும் அவ்வாறு இயலாவிட்டால் இயன்ற வரை அதனை குறைப்பதையுமே நுகர்வோரியல் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.
- ✦ வணிக உலகில் எண்ணற்ற அநீதிகளும், நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளும் கடைபிடிக்கப்பட்டு லாபம் பெறும் நோக்குடன் நுகர்வோர் திருப்தி என்பது புறந்தள்ளப்படுகின்றது.
- ✦ பாதுகாப்பற்ற பொருட்கள் விற்பனை, கலப்படம், கற்பனையான விலை நிர்ணயித்தல், குறைபாடுடைய ஏமாற்றும் நோக்குடனான கட்டும், கள்ளச் சந்தை, பொய்யான தவறான வழிகாட்டும் விளம்பரங்கள் மற்றும் விற்பனை மொழிகள், பதுக்கல் கொள்ளை லாபமீட்டல், விலை உள்கூட்டுகள், வணிக பிராண்டுகளை தவறாகப்பயன்படுத்தல், திட்டமிட்டு வழக்கொழிவு செய்தல், அளவு எடை குறைபாடுகள், உண்மையில் நுகர்வோர் விரும்பும் பொருட்களை வழங்காமல் அவர்கள் விரும்பாத பொருட்களை வழங்குதல், பொருட்களை நோக்கி கவனத்தை திருப்புதல் போன்றவற்றை வணிக அநீதிகளுக்கு எடுத்துக்காட்டாக கூறலாம்.

நுகர்வோரின் முக்கியத்துவம்:

- ★ நுகர்வோர்களிடம் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்தி அவர்களை ஒருங்கிணைத்தல்.
- ★ நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளை எதிர்த்தல்
- ★ சுரண்டல்களிலிருந்து பாதுகாத்தல்.
- ★ அரசின் கவனத்தை ஈர்த்தல்.
- ★ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விதிகளை திறம்பட நடைமுறைப்படுத்துதல்.
- ★ முழுமையான மற்றும் சமீபத்திய தகவல்களை தருதல்.
- ★ சமூகவிரோத நடவடிக்கைகளை எதிர்த்தல்.

நுகர்வோரியலின் தோற்றல், பரிணாமம், வளர்ச்சி

தோற்றம்:

- ✦ இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் தொழில் மற்றும் பொருளாதாரம் ஏற்ற நிலையில் இருந்தது. எனவே இக்காலக்கட்டத்தில் பல்வேறு துறைகளில் மறுசீரமைப்பும் விரிவாக்கமும் காணப்பட்டது.
- ✦ தொழில் வளர்ச்சிக்கு மற்றும் விரிவாக்கத்தின் பெரும்பகுதியை விளம்பரமும் நுகர்வோரும் தீர்மானிக்கும் முக்கியக் காரணிகள் ஆனது. நுகர்வோர் சீராய்வு அமைப்புகள் விளம்பரத்தின் உண்மைத் தன்மை குறித்து குரல் கொடுத்தன.
- ✦ பொருட்களை வாங்கும் நுகர்வோர் பொருட்களை கூர்ந்து நோக்க ஆரம்பித்தனர். உழைக்கும் வர்க்கத்தினர் நல்ல பணிக்குமூல் வேண்டி குரல் கொடுத்தனர். தொழில் மற்றும் நுகர்வோர் திருப்திக்கு இடையே அமெரிக்கா ஒரு இணைப்பை ஏற்படுத்தியது.
- ✦ பொருள், விலை, நுகர்வோர் திருப்தி ஆகியவற்றிற்கிடையே எழுந்த சிக்கல்களுக்கு தொழில் ஆகியவற்றிற்கிடையே எழுந்த சிக்கல்களுக்கு தொழில் மறுசீரமைப்பு விடையளிக்கும் விதமாக அமைந்தது.
- ✦ தேசத்தின் பொருளாதாரம் மற்றும் கொள்கைக்கு நுகர்வோரே மையப்புள்ளி எனும் கொட்பாட்டை அங்கீகரிக்கும் விதமாக நுகர்வோர் அலை வீசத்தொடங்கியது. நிறுவனங்கள் மிக அதிகமான அளவிலான நுகர்வோர் இலக்குகளை நோக்கி முயற்சிக்கத் தொடங்கின.
- ✦ இதன் தொடர்ச்சியாக அமெரிக்கா குடிமக்கள் நல்ல தரமான பொருட்களை பெற வேண்டி போராட வேண்டியதன் அவசியத்தை உணரத்தொடங்கினர். தொழில் நிறுவனங்கள் தங்களின் தாங்கள் உற்பத்தி செய்யும் உணவு மற்றும் மற்ற பொருள்களுக்கு தரத்திற்கு உத்தரவாதம் அளித்து தங்களின் பொறுப்புணர்வை வெளிப்படுத்தின.
- ✦ நடுத்தர வர்க்கத்தை சேர்ந்த பெண்கள், தேசிய நுகர்வோர் அமைப்பு (NCL) போன்ற அமைப்புகளை தோற்றுவித்து ஆபத்தை விளைவிக்கும் உணவு மற்றும் இதர பொருட்களின் நிலை ஆகியவற்றிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கப் போராடினர்.
- ✦ முன்னேரிய நாடுகளில் பெரும்பான்மையான நுகர்வோர்கள் படிப்பறிவு பெற்றவர்களாகவும், பொருட்கள் குறித்த விவரங்களை அறிந்தவர்களாகவும் இருந்ததால் தங்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளும் நிலையில் இருந்தனர்.
- ✦ போதுமான உற்பத்தி, திறம்பட பகிர்வு என்ற நிலையில் இருந்த மேற்கத்திய நாடுகளுடன் ஒப்பிடும்போது இந்தியாவின் நிலை முற்றிலும் மாறுபட்டிருந்தது. உற்பத்தியில் புதிய நுட்பங்களைப் பின்பற்றாமை, பற்றாக்குறை உற்பத்தி, கலப்படம், கள்ளச்சந்தை போன்றவை இந்தியாவில் காணப்பட்டது.
- ✦ இந்தியர்கள் தங்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய குறைந்த அளவில் செலவிடும் நிலையிலேயே இருந்தனர்.

- ✦ வணிகத்தில் இலாப நோக்கம் மட்டுமே பிரதானமாக இருந்ததால் நியாயமான விலையில் பொருட்களை வழங்க வேண்டிய சமூகப் பொறுப்புணர்வு, தரமான பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்குதல் போன்றவற்றில் தோல்வி ஏற்பட்டது சுருங்கக் கூறின், நுகர்வோர் நலன் மற்றும் பாதுகாப்பு போன்றவற்றை கருத்தில் கொள்ளாமல் கொள்ளை இலாபம் ஈட்ட வேண்டும் எனும் கொடிய நோக்கோடு மட்டுமே வணிகர்கள் செயல்பட்டதால் விளைந்த நுகர்வோர் சுரண்டல் மற்றும் இன்னல்களின் வெளிப்பாடே நுகர்வோரியல் ஆகும்.
- ✦ எது எப்படி இருப்பினும் நுகர்வோரே சந்தையின் மன்னர்(A consumer is a King of the Market) எனும் கருத்து பெயரளவில் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டாலும் உண்மையில் நுகர்வோரின் நிலை அவ்வாறில்லை கலப்படம், செயற்கைப் பற்றாக்குறை, அநியாயவிலை ஆகியவை இந்திய நுகர்வோரின் மாபெரும் பிரச்சனைகள் ஆகும்.
- ✦ இந்தியா பல்வேறுபட்ட மதவழக்கங்கள், மொழிகள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கிய நாடு ஆகும். இந்தியர்களில் நான்கில் மூன்று பகுதி மக்கள் உழவுத்தொழில் செய்து கிராமப்புறங்களில் வசித்து வருகின்றனர்.
- ✦ அவர்களின் வருமானத்தில் பெரிய ஏற்றத்தாழ்வுகள் காணப்படுகின்றன. பெரும்பான்மையானவர்கள் படிப்பறிவற்றவர்களாகவும், குறைவான வருமானம் கொண்டவர்களாகவும் உள்ளனர்.
- ✦ இவ்வாறான மக்களை நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளில் இருந்து காக்க நுகர்வோரியல் தோன்றியது. நுகர்வோர்களின் நலனை பாதுகாக்கும் பாதுகாப்புச் சக்தியாக நுகர்வோரியல் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது.

நுகர்வோரியலின் பரிணாமம்:

- ✦ விலை உயர்வு, பொருட்களின் மோசமான செயல் திறன், குறைந்த தரமுடைய சேவைகள், பொருள், பற்றாக்குறை, ஏமாற்று விளம்பரங்கள் மற்றும் பணவீக்கம் ஆகியவை இந்தியாவில் நுகர்வோரியலுக்கான காரணங்களாக அடையாளம் காணப்பட்டன.
- ✦ சட்டப்பூர்வமான நடவடிக்கைகள் மூலம் நுகர்வோரின் தேவையை பூர்த்தி செய்வது அரசின் கடமையாகும். பொருளாதார அதிருப்தி பணவீக்கத்தை உருவாக்குகின்றது.
- ✦ தங்கள் உரிமைகளை பாதுகாக்க செயல்திறன் மிக்க அமைப்பின் மூலம் தங்களது குறைகளை நிவர்த்தி செய்ய நுகர்வோரியல் நுகர்வோருக்கு அவசியமாகிறது.

வளர்ச்சி:

- ✦ நுகர்வோரியல் அல்லது நுகர்வோர் இயக்கம் என்பது நுகர்வோரின் இன்னல்கள் மற்றும் ஏமாற்றுதல்களின் வெளிப்பாடு ஆகும். நுகர்வோர் இயக்கம் வணிக பயங்கரவாதம் மற்றும் ஏமாற்று நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரை பாதுகாக்கும் கேடயமாகும்.
- ✦ பொருட்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் மீது தங்களுக்குள்ள உரிமை மற்றும் அதிகாரத்தை நிலை நிறுத்துவதன் மூலம் தங்களின் நலனை பாதுகாப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டதாகும்.
- ✦ திரு. ரால்ப் நாடர் அவர்கள் அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளின் பெருநிறுமங்களின் முற்றூரிமை (சர்வாதீனம்) மற்றும் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளை எதிர்த்து பல்வேறு போராட்டங்களை முன்னெடுத்தவர் ஆவார்.
- ✦ திரு. ரால்ப் நாடர் அவர்கள் நுகர்வோர் இயக்கத்தின் தந்தை எனக் கருதப்படுகிறார். அவர் தொடக்கத்தில் பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் கட்டுப்பாட்டு விதிமுறைகளை மீறிச் செயல்பட்ட மோட்டார் வாகன (ஆட்டோமொபைல்) நிறுவனத்தினை எதிர்த்துப் போராடினார்.
- ✦ இன்று அனைத்து நாடுகளிலும் நுகர்வோர் இயக்கங்கள் நன்கு வளர்ந்து வலுப்பெற்றுள்ளது. பிரிட்டன், ஸ்வீடன், நெதர்லாந்து டென்மார்க் மற்றும் கென்யாவில் கூட நுகர்வோர் சுரண்டல்களுக்கு எதிரான கடுமையான சட்டதிட்டங்கள் இயற்றப்பட்டு நுகர்வோர் நலன் பாதுகாக்கப்பட்டு வருகின்றது.
- ✦ ஐக்கிய நாடுகள் அவை நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்த பொதுவான விதிமுறைகளை உருவாக்கியுள்ளது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு:

- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது நுகர்வோருக்காக, அவர்களின் நோக்கங்களை அடைய வடிவமைக்கப்பட்ட சமூக நடவடிக்கைகளின் வடிவம் ஆகும். இது நுகர்வோர் சமுதாயம் நல்வாழ்வு பெரும் நோக்கோடு வடிவமைக்கப்பட்டதாகும்.
- ✦ சுதந்திர சந்தைப் பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோரே மன்னராக மதிக்கப்படுகின்றனர். இதற்கு முன்னர் வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை – வாங்குபவர் கவனம் (Caveat Emptor – Let the Buyer Beware) என்றிருந்த அணுகுமுறை தற்போது விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை – விற்பனையாளர் கவனம் (Caveat Venditor – Let the Seller Beware) என மாறியுள்ளது.
- ✦ இருந்த போதிலும் வளர்ந்து வரும் போட்டி நிறைந்த சூழலில் சந்தையில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவர்களும், சேவை அளிப்பவர்களும் தங்களது பங்கினைத் தக்கவைத்துக் கொள்ளும் முயற்சியில் குறைபாடுடைய மற்றும் பாதுகாப்பற்ற வழங்கல் முறை ஏமாற்றுதல் மற்றும் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளில் ஈடுபடுதல், கலப்படம், பொய்யான வாக்குறுதிகளை உள்ளடக்கிய விளம்பரங்கள், பதுக்கல். கள்ளச்சந்தை போன்ற நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளை மேற்கொள்ளலாம்.
- ✦ இதன் விளைவாக நுகர்வோர் பாதுகாப்பற்ற பொருட்களை வாங்க வேண்டி இருக்கலாம். கலப்படம் காரணமாக பல்வேறு உடல்நலம் சார்ந்த இன்னல்களால் பாதிக்கப்படலாம். பதுக்கல் காரணமாக பொருட்களை அதிக விலைகொடுத்து வாங்க வேண்டி இருக்கலாம்.
- ✦ மோசடியான வாக்குறுதிகள் அடங்கிய பொய் விளம்பரங்கள் மூலம் ஏமாற்றப்படலாம். இது போன்ற நிலையில் விற்பனையாளர்களின் தவறான செயல்களால் நுகர்வோர் பாதிக்கப்படாமல் இருக்க நுகர்வோருக்கு போதுமான பாதுகாப்பு வழங்கப்பட வேண்டியுள்ளது.
- ✦ நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாப்பதில் தன்னார்வ நடவடிக்கைகள் மற்றும் சட்டம் ஆகிய இரண்டும் முக்கிய கருவிகள் ஆகும். சுயக்கட்டுப்பாடு, நுகர்வோர் அமைப்புகள், நுகர்வோரை விழிப்புணர்வுடன் இருக்கச் செய்தல் மற்றும் அரசின் ஆதரவு ஆகியவை நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான வழிமுறைகள் ஆகும்.
- ✦ இன்றைய நவீன உலகில் சுற்றுச் சூழல் பாதிப்புகள், தொழில் நுட்ப மாற்றங்கள், பெரு ஊற்பத்தி தொழில் நுட்பங்களை புகுத்துதல், பெருவளங்கள், மனித வளம் மற்றும் எரிசகல் ஊட்டும் விளம்பரங்கள் போன்றவற்றின் காரணமாக பொருட்களின் உற்பத்தியாளர், விநியோகிப்பாளர் மற்றும் விற்பனையாளர்களின் ஏமாற்றுதல் மற்றும் அத்துமீறல் காரணமாக நுகர்வோர் பெருமளவில் பாதிக்கப்பட்டுள்ளனர்.
- ✦ இத்தகைய தருணங்களில் நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்பாடு அடையச் செய்தல் என்பது மிகவும் முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது.
- ✦ அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் மிக முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர் திருப்தி மற்றும் நுகர்வோர் நலமே ஆகும். ஆனால் நடைமுறையில் நுகர்வோர் பாதுகாக்க நுகர்வோர் இயக்கங்களின் தேவை ஏற்படுகின்றது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் தேவை:

- ✦ நுகர்வோரே வணிகத்தின் மன்னராகக் கருதப்பட்டாலும் அவர்கள் நலன்கள் ஏறத்தாழ புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. பொருட்களின் பற்றாக்குறை கிடைத்ததை மட்டுமே பெற்றுக்கொள்ள வேண்டிய நிலைக்கு நுகர்வோரை தள்ளி விடுகின்றது.
- ✦ பொருட்களின் தரம் விட்டுக் கொடுக்கப்படுகின்றது. உத்தரவாதம் அர்த்தமற்றதாகின்றது. நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் உடல்நலன் பாதிப்புகள் ஒரு போதும் கண்டுக்கொள்ளப்படுவதில்லை.
- ✦ வணிக நிறுவனங்களுக்கு கொள்ளை லாபமீட்டுதல் எனும் ஒற்றை நோக்கம் மட்டுமே மிக முக்கியமானதாக மாறி இருக்கின்றது. எனவே இத்தகைய சூழலில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மிகவும் அவசியமான ஒன்றாகும்.

✦ வணிக நடவடிக்கைகளில் அரசு, வணிகம் மற்றும் நுகர்வோர் என மூன்றுதரப்பினர் இடம் பெற்றுள்ளனர். நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கு அவர்கள் என்ன பங்காற்ற வேண்டும் என்பதை இங்கே காணலாம்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் வணிகத்தின் பங்கு:

நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க வணிக நிறுவனங்கள் கீழ் கண்டவற்றை செய்ய வேண்டும்.

1. விலை உயர்வைத் தவிர்த்தல்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்தில் பொருட்களில் கடுமையான பற்றாக்குறை ஏற்படும் சூழலில் கூட பொருளுக்கான விலைகளை உயர்த்துவதை தவிர்க்க வேண்டும்.

2. பதுக்கலை தவிர்த்தல்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்தில் இயல்பான போக்கினை அனுமதிக்க வேண்டும். நுகர்வோர் பாதிக்கப்படும் வகையில் பதுக்கல் மற்றும் கள்ளச்சந்தை நடவடிக்கைகள் மூலம் அதிக இலாபம் ஈட்டும் நடவடிக்கைகள் தவிர்க்கப்படல் வேண்டும்.

3. உயர் தரத்திற்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு பொய்யான உத்தரவாதங்களை அளிக்கக்கூடாது. அவைகள் தங்களது பொருட்களின் உயர் தரத்தினை உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.

4. பொருட்கள் குறித்த தகவல்கள் அளித்தல்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களின் தரம், அளவு மூலப்பொருட்கள் பயன்பாடு, பின் விளைவுகள். முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகள், எடை, மாற்றிக் கொள்ளும் வசதி, பயன்படுத்தும் முறை ஆகியவை குறித்த மிகச்சரியான மற்றும் போதுமான தகவல்களை நுகர்வோருக்கு கட்டாயம் தர வேண்டும்.

5. விளம்பரங்களில் உண்மை (நேர்மை)

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு விளம்பரம் செய்யும் போது அவ்விளம்பரங்களில் பொய்யான, உண்மைக்குப் புறம்பான, மோசடியான தகவல்களை அளித்து நுகர்வோருக்கு தவறான வழிகாட்டக் கூடாது.

6. தீங்குகளிலிருந்து பாதுகாத்தல்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் ஆபத்தான மற்றும் தீங்கு விளைவிக்கக்கூடிய பொருட்களை சந்தைப்படுத்தக்கூடாது. சந்தைப்படுத்தும் முன் தனது உற்பத்தி மற்றும் விற்பனைப் பொருட்களைப் முறையாகவும், முழுமையாகவும் பரிசோதித்துப் பார்க்க வேண்டும்.

✦ உணவுப்பொருள்களைப் பொருத்தவரை கெட்டப்போன மற்றும் சுகாதாரமற்ற உணவுப் பொருட்களை திரும்பப் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.

7. பணத்தை திருப்பிக் கொடுக்கும் உத்தரவாதம்:

✦ வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களில் குறைபாடுகள் காணப்படின் அக்குறைபாடுடைய பொருட்களை திரும்பப் பெற்றுக் கொண்டு புதிய பொருட்களை வழங்க வேண்டும். அல்லது அவற்றிற்குரிய பணத்தை திருப்பித்தர வேண்டும்.

✦ தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களைப் பயன்படுத்தியதால் நுகர்வோருக்கு விளைந்த காயம் மற்றும் தீங்குகளுக்கு உரிய செலவுகளையும், இழப்பீடுகளையும் வழங்க வேண்டும்.

8. நுகர்வோர் குறைபாடுகளைத் தீர்த்தல்:

- ✦ நுகர்வோர்களின் குறைகளுக்கு வணிக நிறுவனங்கள் தங்களது நுகர்வோர் குறைதீர்க்கும் பிரிவு மூலம் உடனடியாகவோ அல்லது குறிப்பிட்ட கால வரம்பிற்குள்ளோ தீர்வு காணப்பட வேண்டும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் அரசின் பங்கு:

- ✦ நுகர்வோர்களில் பெரும்பான்மையோர் கல்வியறிவு பெற்றவர்களாக இருந்தாலும் அவர்கள் தங்களின் உரிமைகள் குறித்து அறியாதவர்களாகவும், அறிந்திருப்பினும் செயலற்றவர்களாகவும் உள்ளனர்.
- ✦ அரசு நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதில் தனது பங்கை உறுதி செய்ய வேண்டும். மத்திய மாநில அரசுகள் நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க நாடு முழுவதும் பல்வேறு சட்டங்களை இயற்ற உள்ளன.
- ✦ இது குறித்த கூடுதல் தகவல்கள் இப்பாடத்தின் இறுதியில் அமைந்துள்ள “நீங்கள் அறிவீர்களா” பகுதியில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க பல்வேறு சட்டங்கள் இயற்றப்பட்டு, அவை நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டபோதும் நுகர்வோர் இன்னும் அது குறித்து அறியாதவர்களாகவும், செயலற்றவர்களாகவும் உள்ளனர்.
- ✦ வெறும் சட்டங்கள் மாத்திரமே அனைத்துப் பிரச்சனைகளுக்கும் தீர்வுகளை தந்துவிடாது. சட்டத்தை நடைமுறைப்படுத்துவோர் சட்டத்தை மீறுவோரை தண்டிப்பதை ஏட்டளவில் வைத்துக்கொண்டிருக்காமல் அச்சட்டங்களைப் பயன்படுத்தி கடுமையான தண்டனைகள் வழங்க வேண்டும்.

நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதில் நுகர்வோரின் பங்கு:

- ✦ நுகர்வோர்களால் மட்டுமே தங்களுக்கு எதிரான நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளுக்கு இறுதியாக முற்றுப்புள்ளி வைக்க முடியும்.
- ✦ வணிக நிறுவனங்கள் விதிகளை மீறும் போது அரசாங்கம் சட்டங்களை ஏட்டளவில் வைத்துக் கொண்டு வேடிக்கை பார்த்துக்கொண்டு இருக்காமல் அவற்றைச் செயல்படுத்துவதில் சிறிதளவேனும் கவனம் செலுத்தி நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க வேண்டும்.
- ✦ இத்தகைய சூழலில் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வுடனும், நுகர்வோரை ஒன்றிணைத்து நுகர்வோர் இயக்கமாகச் செயல்பட்டு தங்களின் நலனைப் பாதுகாத்துக் கொள்ள வேண்டும். மேலும் அப்பாவி நுகர்வோர்களிடம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்கள் பற்றி எடுத்துக்கூறி அவர்களிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

நுகர்வோர் நடவடிக்கை குழுக்களை செயல்படுத்துதல்:

- ✦ கிராம அளவில் நுகர்வோர் நடவடிக்கை குழுக்களை உருவாக்கி நுகர்வோரின் உரிமைகள் குறித்து கல்வி புகட்ட வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு முகமைகள் மூலம் நுகர்வோரின் குறைகள் மற்றும் புகார்கள் மீது உரிய விசாரணை செய்து அவற்றிற்கு உரிய தீர்வுகளை ஒரு அமைப்பை உருவாக்க வேண்டும்.
- ✦ தொழில்துறை விதிகளின்படி வணிக நிறுவனங்களை ஒழுங்குபடுத்த வேண்டும்.
- ✦ தன்னார்வ நுகர்வோர் குழுக்கள் ஊடகங்கள் வாயிலாக நுகர்வோர் சட்டங்கள் குறித்த தகவல்களை வழங்கி நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் பாதிப்புகளுக்கு எதிரான கல்வியறிவு புகட்டப்பட வேண்டும்.
- ✦ வணிகர்களின் தவறான வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோர் இயக்கங்களை ஏற்படுத்துதல்.
- ✦ நுகர்வோர் கூட்டுறவுகளைப் பலப்படுத்துதல்.

- ✦ நுகர்வோர் குழுக்கள் பாராளுமன்ற மற்றும் சட்டமன்ற உறுப்பினர்களை அணுகி நுகர்வோரின் குறைகளை, பிரச்சனைகளை பாராளுமன்றம் மற்றும் சட்டமன்றங்களில் பேசி அரசின் கவனத்தை ஈர்க்கச் செய்தல்.
- ✦ பொருட்களின் தரத்தைப் பதிசோதிக்க மாவட்டந்தோறும் பரிசோதனைக் கூடங்களை உருவாக்குதல்.
- ✦ தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள் ஊடகங்கள் மூலம் உற்பத்தியாளர் மற்றும் வணிகர்களின் தவறுகளை சுட்டிக்காட்டச் செய்தல்.
- ✦ நுகர்வோர் சட்டத்தை மீறிச் செயல்படுவோர் குறித்த புகார்களை சம்பந்தப்படுத்தப்பட்ட சட்ட அமலாக்க அதிகாரிகளிடம் தெரிவித்து உரிய நடவடிக்கைகளை எடுக்கச் செய்தல்.

நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் வழிகாட்டி நெறிமுறைகள்:

- ✦ ஐக்கிய நாடுகள் அவையின் பொதுச்சபை ஏப்ரல் 9, 1985 அன்று அதன் உறுப்பு நாடுகள் நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் பின்பற்றப்பட வேண்டிய கொள்கைகள் மற்றும் சட்டங்கள் குறித்து வழிகாட்டி நெறிமுறைகளை உள்ளடக்கிய தீர்மானம் ஒன்றை நிறைவேற்றியது.
- ✦ அரசுகள் வலுவான நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் கொள்கைகளை உருவாக்கி, பராமரிக்க வேண்டும் என்பதற்கான வழிகாட்டி நெறிமுறைகளை வகுத்தளித்தது.

நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் நோக்கங்கள்:

- ✦ நுகர்வோருக்குப் போதிய பாதுகாப்பினை வழங்குவதில் உறுப்பு நாடுகளுக்கு உதவுவது.
- ✦ நுகர்வோரின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பத்திற்கேற்ப உற்பத்தி மற்றும் விநியோக முறைகளை எளிதாக்குவது.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்பவர்கள் மற்றும் விநியோகிப்பவர்களுக்கு உயர்ந்த நன்னெறி சார்ந்த நடத்தைகளை ஊக்குவிப்பது.
- ✦ நுகர்வோர் நலனை மோசமாகப் பாதிக்கும் வகையில் செயல்படும் தவறான வர்த்தக நடைமுறைகளை செயல்படுத்தும் வணிக நிறுவனங்களை எதிர்ப்பதில் உள்நாட்டளவிலும் மற்றும் பன்னாட்டளவிலும் உறுப்பு நாடுகளுக்கு உதவி புரிதல்.
- ✦ சுதந்திரமான நுகர்வோர் குழுக்களை மேம்படுத்த உதவுதல்.
- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் சர்வதேசக் கூட்டுறவினை செயல்படுத்துதல்.
- ✦ நுகர்வோர்களுக்கு குறைந்த விலையில் பொருட்களை பெரிய அளவில் தேர்ந்தெடுத்து வாங்கும் வகையில் சந்தைகளை ஊக்கவித்தல்.

நுகர்வோர் சட்டங்கள்:

- ✍ இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1982, இச்சட்டம் மக்கள் ஒப்பந்தங்களுக்கு கட்டுப்பட்டு நடப்பதை உறுதி செய்கின்றது.
- ✍ பொருட்கள் விற்பனைச் சட்டம் 1982, இச்சட்டம் விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் வெளிப்படையான மற்றும் உட்கிடையான உத்தரவாதங்களை விற்பனையாளர்கள் செயல்படுத்த மறுப்பதிலிருந்து நுகர்வோர்களைப் பாதுகாக்கின்றது.
- ✍ அத்தியாவசியப் பொருட்களை விற்பனையாளர்கள் செயற்கையாக விலையேற்றம் செய்யும் நோக்குடன் பதுக்கிவைத்தல், செயற்கைப் பற்றாக் குறையை உருவாக்குதல், கள்ளச் சந்தையில் அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்தல் போன்றவற்றை தடை செய்ய அத்தியாவசியப் பொருட்கள் சட்டம் 1955ல் உருவாக்கப்பட்டது.

- ✍ வேளாண்பொருட்கள் தரப்படுத்துதல் மற்றும் விற்பனைச் சட்டம் 1937. இச்சட்டம் வேளாண்மை உற்பத்திப் பொருட்களை நல்ல தரத்துடன் வழங்குவதை உறுதி செய்கின்றது.
- ✍ உணவுப் பொருட்கள் கலப்படத் தடைச்சட்டம் 1954, இச்சட்டம் உணவுப் பொருட்களில் கலப்படம் செய்வதை பரிசோதித்து தரமான உணவுப் பொருட்களை வழங்குவதன் மூலம் நுகர்வோர் உடல்நலத்தை பாதுகாக்கின்றது.
- ✍ எடை மற்றும் அளவுகள் சட்டம் 1958, இச்சட்டம் எடை குறைவு மற்றும் அளவுக் குறைபாடுகளைப் போக்கி நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கிறது. இச்சட்டம் அளவியல் சட்டம் 2009ஆக திருத்தியமைக்கப்பட்டது.
- ✍ வணிகக் குறிகள் சட்டம் 1999. இச்சட்டம் பொருட்களில் மோசடியான வணிகக்குறிகளிடுவதை தடை செய்கின்றது.
- ✍ போட்டி சட்டம் 2002. இச்சட்டம் ஆரோக்கியமற்ற வணிகப் போட்டிகளில் இரந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கின்றது.
- ✍ இந்தியத் தர நிறுவனச் சட்டம் (சான்றுக் குறிகள்) 1952(இந்தியத் தர நிறுவனம் தற்போது இந்தியத் தரக்குழு என்றழைக்கப்படுகிறது). இச்சட்டம் உற்பத்திப்பொருட்கள் பெற்றிருக்க வேண்டிய குறைந்தபட்ச தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்வதை உறுதி செய்கின்றது. நுகர்வோர்க்கு தரமான பொருட்கள் கிடைப்பதை உறுதி செய்கின்றது.
- ✍ மருத்துவப் பொருட்கள் மற்றும் மாயச் சிகிச்சைகள்(விளம்பரங்கள்) சட்டம்,1954. இச்சட்டம் மாயச்சிகிச்சைகள் குறித்து விளம்பரப்படுத்துவதை தடை செய்கின்றது மற்றும் அதனால் விளைந்த தீங்குகளுக்கு தீர்வுகளைக் காண வகை செய்கிறது.
- ✍ மருந்து மற்றும் அழக சாதனப்பொருட்கள் சட்டம், 1940. இச்சட்டம் இந்தியாவில் தரமான மற்றும் பாதுகாப்பான மருந்துப்பொருட்கள் மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் விற்பனை செய்வதை உறுதி செய்கின்றது.
- ✍ உணவுப் பாதுகாப்பு தரச்சட்டம் 2006. இச்சட்டம் உணவுப் பொருட்களை பாதுகாப்பாக மற்றும் முழுமையான நிலையில் உற்பத்தி செய்வது பாதுகாப்பது மற்றும் விநியோகம் செய்வதை ஒழுங்கு படுத்துகின்றது.
- ✍ காற்று மாசுபடுதல் தடைச்சட்டம், 1981 இச்சட்டம் இந்தியாவில் காற்று மாசடைவதை தடுத்து சுற்றுச் சூழலைப் பாதுகாக்கின்றது.
- ✍ பொது பொறுப்புக் காப்பீட்டுச் சட்டம், 1991 ஊறுவிளைவிக்கும் பொருட்களை கையாளும் போது ஏற்படும் விபத்துகளுக்கு உடனடி நிவாரணம் பெறுவதை இச்சட்டம் உறுதி செய்கின்றது.
- ✍ போதைப் பொருட்கள் மற்றும் மனவியல் பொருட்கள் சட்டம்,1985. இச்சட்டம் போதைப் பொருட்களை தயாரிப்பதை தடை செய்கின்றது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் - 1986 COPRA - Consumer Protection Act

- ✍ இன்றைய காலகட்டத்தில் நுகர்வோர்களின் குறைகளும், அதிருப்திகளும் பெருமளவு அதிகரித்திருக்கின்றது. நுகர்வோர் தங்களுக்கு ஏற்பட்ட இடர்பாடுகளுக்கு விரைவாக தீர்வு பெற்றிட எந்த ஒரு திறம்பட்ட நுட்பமும், அமைப்பு ரீதியான ஏற்பாடுகளும் இதுவரை வகுக்கப்படவில்லை.
- ✍ சிறப்பான நுகர்வோர் இயக்கங்கள் இல்லாமையால் நுகர்வோர்கள் தனிமைப்படுத்தப்பட்டு அவர்களின் நிலை மேலும் மோசமாக உள்ளன.
- ✍ பல்வேறு நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுக்கள் மற்றும் நுகர்வோரின் தொடர் அழுத்தத்தின் காரணமாக மைய அரசு “நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986” எனும் விரிவான சட்டத்தை இயற்றியது, இச்சட்டம் 15.04.1987 அன்று அமுலுக்கு வந்தது. இச்சட்டம் 1993ல்

திருத்தியமைக்கப்பட்டது. இச்சட்டம் 1993ல் திருத்தியமைக்கப்பட்டது. இச்சட்டம் சுருக்கமாக “கோப்ரா”(COPRA) என்றழைக்கப்படுகிறது.

- ❌ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986 நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாத்து மேம்படுத்துகின்றது.
- ❌ இச்சட்டம் ஏமாற்று நோக்குடைய குறைபாடுகளை இச்சட்டம் ஏமாற்று நோக்குடைய குறைபாடுடைய பொருட்கள், குறைபாடுடைய சேவைகள், நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகள் மற்றும் பல்வேறு வகையான சுரண்டல்களிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கின்றது.
- ❌ நுகர்வோர் சச்சரவுகளுக்கு இச்சட்டம் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களை ஏற்படுத்தி அதன்மூலம் தீர்வுகண்டு நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாப்பதை முக்கிய நோக்கமாகக் கொண்டது.
- ❌ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது ஆகும். இது மிக சமீபமாக ஏற்படுத்தப்பட்டது ஆகும். இச்சட்டம் பொதுத்துறை, நிதி மற்றும் கூட்டுறவு நிறுவனங்களுக்குப் பொருந்தும்.
- ❌ சமீபத்தில் மருத்துவ சேவைகளும் இதன் வரம்புகளுக்குள் கொண்டு வரப்பட்டுள்ளது. இச்சட்டம் அனைத்து பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கும் பொருந்தும்.
- ❌ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 நுகர்வோர்களுக்கு எந்தவித உரிமைகளையும் பொறுப்புக்களையும் உருவாக்கவில்லை மாறாக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் விற்பனை செய்தல் தொடர்பான அனைத்து சச்சரவுகளையும் தீர்த்து வைக்கும் குழுக்களை ஏற்படுத்தியது.
- ❌ நுகர்வோர் கோரும் இழப்பீடானது குறைபாடுடைய பொருட்களையும், குறைபாடுடைய சேவைகளையும் ஏற்றதால் விளைந்த இழப்பிற்கான இழப்பீடாக இருக்க வேண்டும். இச்சட்டம் தேசிய குழுமம், மாநிலக் குழுமம் மற்றும் மாவட்டக் குழுமம்

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் சிறப்பியல்புகள்:

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் சிறப்பியல்புகள் பின்வருமாறு:

- i. நுகர்வோர்களின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- ii. உற்பத்தியாளர்கள்/விற்பனையாளர்களின் ஒப்பந்த மீறுகையில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- iii. சிறந்த தரத்தில் நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் கிடைத்தலை உறுதி செய்தல்.
- iv. பொய்யான மற்றும் தவறான வழிகாட்டும் செய்திகளை வெளியிடும் விளம்பரங்களிலிருந்து நுகர்வோரை பேணிக்காத்தல்.
- v. நுகர்வோர் வாங்கும் பொருட்களுக்கு சரியான விலை நிர்ணயம் செய்வதை உறுதிசெய்தல்.
- vi. தங்கு தடையற்ற பொருட்கள் விநியோகத்தை உறுதி செய்தல்.
- vii. பொருட்கள் சரியான தரத்தில், சரியான விலை நிர்ணயம் செய்வதை உறுதி செய்தல்.
- viii. நேர்மையற்ற வணிகர்களின் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- ix. பல்வேறு வகையான மாசுபடல்களில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- x. வணிகப் போட்டிகளினால் விளையும் தீய விளைவுகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம்:

- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் விரிவான நிகழ்ச்சி நிரலை உள்ளடக்கியது. நுகர்வோருக்கு அவர்களது உரிமைகளையும் பொறுப்புகளையும் கற்பிப்பதை மட்டுமே நோக்கமாகக் கொள்ளாமல் நுகர்வோரின் இடர்பாடுகளுக்கு தீர்வு காண்பதை நோக்கமாகக் கொண்டது.
- ✦ இச்சட்டம், நுகர்வோர், நுகர்வோர் நலனைப்பாதுகாக்க நீதித்துறை அமைப்பை உருவாக்கியது. இதன் மூலம் நுகர்வோர்களை ஒருங்கிணைத்து நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க நீதித்துறை அமைப்பை உருவாக்கியது.
- ✦ இதன் மூலம் நுகர்வோர்களை ஒருங்கிணைந்து நுகர்வோர் அமைப்புகளை உருவாக்கி அதன் மூலம் நுகர்வோர் நலனை மேம்படுத்தியது. நுகர்வோர் பாதுகாப்பை வணிகத்தின் மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நோக்கமாகும்.

நுகர்வோரின் பாதுகாப்புச்சட்டம், 1986-ன் நோக்கங்கள்:

- i. நுகர்வோரின் உயிருக்கும் உடமைக்கும் ஊறு விளைவிக்கும் பொருட்களை சந்தைப்படுத்துவதற்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- ii. நுகர்வோர் வாங்கும் பொருட்களின் தரம் அளவு, சுத்தத்தன்மை, விலை மற்றும் தரநிலை குறித்த உண்மையான மற்றும் முழுமையான தகவல்களை நுகர்வோருக்கு அளித்தல்.
- iii. வணிகர்களின் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.
- iv. சுரண்டல் நடைமுறைகளுக்கு எதிராக தீர்வுகளை தேட நுகர்வோருக்கு அதிகாரமளித்தல்.
- v. நுகர்வோர்களின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை அறிந்து கொள்ளச் செய்தல்.
- vi. நல்ல தரமான பொருட்களை சரியான விலைகளில் கிடைக்கச் செய்வதன் மூலம் அவர்களின் சிறந்த வாழ்க்கை தரத்தை உறுதிப்படுத்துதல்.
- vii. நுகர்வோர் தங்களது உரிமைகளை நிலைநாட்ட நுகர்வோர் குழுக்கள் மற்றும் பிற அதிகார அமைப்புகளை ஏற்படுத்துதல்.

வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு வாங்குவோர்விழித்திரு கோட்பாடு Caveat Emptor

- ✦ வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை எனும் சொல் கேவியட் எம்ப்டர் எனும் இலத்தீன் மொழிச்சொல்லிலிருந்து பிறந்தது ஆகும். “உள்ளது உள்ளபடியே” என்ற சொற்றொடரைப்போன்று நுகர்வோர் வாங்கிய பொருட்கள் அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை நிறைவேற்றவில்லை அல்லது குறைபாடுடையவை எனில் அத்தகு இடர்பாடுகளுக்கு வாங்குபவரே பொறுப்பேற்க வேண்டும்.
- ✦ வேறு வகையில் கூறுவதானால், பொருட்களை விற்பவர் எந்தவகையிலும் பொறுப்பாக மாட்டார். பொருட்களை வாங்கியவர் அதற்கு நிவாரணம் தேட இயலாது என நுகர்வோரை எச்சரிக்கை செய்யும் தத்துவமே “வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு” எனும் கோட்பாடாகும்.
- ✦ “வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு” எனும் கோட்பாட்டின் உண்மையான பொருள் மற்றொருவரிடமிருந்து ஒரு பொருளை வாங்கும்போது வாங்குகின்ற பொருளின் தன்மையைப் பற்றி அவர் அறியாதவராக இருக்கக் கூடாது.
- ✦ வாங்குபவர் ஒரு பொருளின்னை வாங்குமுன் அப்பொருளின்னை முழுமையாக பெற்றிருக்கிறது என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும் என்பதை இக்கோட்பாடு உறுதிப்படுத்துகிறது.
- ✦ இக்கோட்பாடு எச்சுழ்நிலையிலும் பொருளை விற்பவரின் மோசடி நடவடிக்கைகளை அனுமதிப்பதாகாது.

நடைமுறையில் “வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு கோட்பாடு”

- * இக்கோட்பாட்டின்படி நுகர்வோர் ஒருவர் காபி குவளை ஒன்று வாங்குகிறார் எனில், வாங்கியபின் அக்குவளையில் காபி கசிகிறது என்று வைத்துக்கொண்டால் வாங்கிய நுகர்வோருக்கு அதனை திருப்பித்தர உரிமையில்லை அதனை தன்னிடமே வைத்துக் கொள்வதைத் தவிர வேறு வழியில்லை.
- * ஏனெனில் இக்கோட்பாட்டின்படி பொருளை வாங்குபவர் அப்பொருளை வாங்கும் முன் அதனை முழுமையாக முன்னெச்சரிக்கையுடன் குறைகள் ஏதேனும் இருக்கிறதா என பரிசோதித்த பின்னரே அதனை வாங்க வேண்டும்.

- * இரண்டு நபர்கள் தங்களுக்கிடையே ஒரு பயன்படுத்தப்பட்ட கார் வாங்குவது குறித்த ஒப்பந்தம் செய்யும் போது காரை வாங்குபவர் ஒரு அனுபவிக்க சிறந்த கார் தொழில்நுட்ப பணியாளரிடம் காரை எடுத்துச் சென்று அதனை முழுமையாக ஆய்வு செய்து திருப்தியடைந்த பின் தான் விற்பனை ஒப்பந்தத்தை நிறைவு நிறைவு செய்ய வேண்டும்.
- * விற்பவர் காரை விற்பதின் வாங்கியவர் அக்காரில் குறைகள் மற்றும் இடர்பாடுகளைக் கண்டறிந்தால் அதற்கு காரை விற்பவர் எவ்வகையிலும் பொறுப்பாகமாட்டார். ஏனெனில் காரை முழுமையாகப் பரிசோதித்து வாங்க வேண்டியது கார் வாங்கியவரின் கடமையாகும்.
- * அன்றி விற்பவர் எந்த விதத்திலும் பொறுப்பேற்க வேண்டியதில்லை. ஆனால் புதிய கார் ஒன்றை கார் விற்பனையகம் அல்லது காட்சியகத்தில் இருந்து வாங்கும்போது அதனை வாங்கிய பின் ஏதேனும் குறைபாடுகளைக் கண்டறிந்தால் “வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை” எனும் கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் காரை விற்ப நிறுவனம் தப்பிக்க இயலாது.
- * ஏனெனில் குறிப்பிட்ட ஆண்டுகள் உத்தரவாதமளித்து புதிய கார்கள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. எனவே, அக்குறிப்பிட்ட உத்தரவாத காலம் வரை விற்பனை செய்த நிறுவனம் தனது பொறுப்பில் இருந்து தப்பிக்க இயலாது.

“விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு தத்துவம்” Caveat Venditor

- ✦ “வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு” எனும் கோட்பாடு தொழிற்புரட்சிக்கு முன் நடைமுறையில் இருந்தது. பெரும்பாலான பொருட்களின் விற்பனை மற்றும் நில விற்பனை இம்முறையில் செய்யப்பட்டு வந்தது.
- ✦ இன்றைய தினத்தில் விற்பனையாளர்களுக்கு தாங்கள் விற்பனை செய்யும் பொருட்கள் “விற்பனையாளர் எச்சரிக்கையுடன் இருக்க வேண்டும்”(Let the Buyer Beware) என்ற கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.
- ✦ விற்பனையாளர்கள் தங்களது பொறுப்பிலிருந்து தப்பிக்க இயலாது. விளம்பரங்களில் “பொருட்கள் உள்ளது உள்ளபடி” என்ற அடிப்படையில் விற்பனை செய்யப்பட்டாலொழிய, பொருட்களை வாங்குபவருக்கு, அப்பொருளை வாங்குவதற்கான நோக்கத்தை அப்பொருள் நிறைவேற்றும் என்ற உத்தரவாதத்தின் அடிப்படையிலேயே விற்பனையாளர் அப்பொருளை விற்பனை செய்ய வேண்டும்.

பள்ளிகளில் நுகர்வோர் மன்றங்களின் செயல்பாடுகள் யாவை?

பள்ளிகளில் நுகர்வோர் மன்றங்களின் செயல்பாட்டிற்கு பின்வரும் அடிப்படைக் கட்டமைப்புகள் பரிந்துரைக்கப்படுகின்றன.

- * ஒவ்வொரு மாதத்தின் முதல் வியாழக்கிழமை பள்ளிவலை நேரத்திற்கு பிறகு ஒரு மணி நேரம் கூட்டங்கள் நடத்துதல் மற்றும் செயல்விளக்கமளித்தல் ஒவ்வொரு மாதமும் ஒரு தலைப்பு/செயல்பாடு அளித்து மாதிரி நாட்காட்டியை அட்டவணைப்படுத்தலாம்.
- * தேசிய மற்றும் பன்னாட்டு அளவில் நுகர்வோர் குறித்த முக்கியத்துவம் வாய்ந்த தினங்களை பள்ளிகள்/கல்லூரிகளில் கொண்டாடுதல்/நுகர்வோர் மன்றங்கள் மூலம் கவரொட்டிகள்

சொற்பொழிவுகள் பேச்சுப்போட்டிகள் ஆகியவற்றை ஏற்பாடு செய்து நுகர்வோர் தொடர்பான தினங்களின் முக்கியத்துவத்தை மாணவர்கள் மாணவர்கள் உணரச்செய்தல்.

- * வருடத்திற்கு குறைந்தபட்சம் நான்கு நாட்களாவது உள்ளூர் சந்தைகளுக்குச் சென்று கள ஆய்வு செய்தல், அருகில் உள்ள நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களுக்குச் சென்று அங்கு நடைபெறும் நிகழ்ச்சிகளைக் காணல் மற்றும் பள்ளிப்பகுதிகளுக்கு அருகாமையில் உள்ள வீடுகளுக்கு நேரில் சென்று நுகர்வோர் உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புணர்வு பிரச்சாரம் செய்தல் போன்றவற்றை மேற்கொள்ளலாம். இயன்றவரை உரிய முன்னனுமதி மற்றும் முன்னேற்பாடுகளுடன் சனிக்கிழமைகளில் மேற்கொள்ளலாம்.
- * நுகர்வோர் மன்ற ஆசியரிய/மாணவ ஒருங்கிணைப்பாளர்கள் இந்நிகழ்வுகளை நிகழ்ச்சிக் குறிப்பாக (minute) உரிய முறையில் பதிவு செய்ய வேண்டும் அல்லது ஆவணப்படுத்த வேண்டும்.

நுகர்வோரியல் குறித்து காந்தியடிகள் கூற்று

- * “தான் விற்பனை செய்யும் பொருளின் விலையை எவ்வளவு உற்பத்தி விற்க முடியுமோ அவ்வளவு உயர்த்தி விற்கும் திருடன் ஒரு மனிதனா? - மகாத்மா காந்தியடிகள்

சூழ்நிலை ஆய்வு :

- ✦ திரு. நரசிம்மச்சாரி அவர்கள் புகழ்பெற்ற நிறுவனம் ஒன்றின் தயாரிப்பான குளிப்பதனப்பெட்டி ஒன்றினை மிகவும் பிரபலமான விற்பனையகத்தில் ஏழு ஆண்டுகள் உத்தரவாதத்துடன் வாங்கினார்.
- ✦ அவர் அக்குளிப்பதனப் பெட்டியினை தயாரிப்பாளர்கள் வழங்கிய அறிவுரைகளின்படியே பயன்படுத்தி வந்தார்.
- ✦ இரண்டு ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்ற நிலையில் அக்குளிப்பதனப்பெட்டி பழுதடைந்தது. இதனால் அதிர்ச்சியடைந்த அவர் பொருளை விற்பனை செய்த விற்பனையகத்தை அணுகி பொருள் பழுதடைந்த விவரத்தினை கூறி பழுதினை நீக்கித் தர கோரினார்.
- ✦ பொருளை விற்பனை செய்தவர் 7 ஆண்டுகள் உத்தரவாதம் தரப்பட்ட போதிலும், உத்தரவாத காலத்திற்குள்ளேயே பழுதடைந்த போதிலும், இலவசமாக பழுது நீக்கி சரி செய்து தர மறுத்து விட்டார்.

அறிய வேண்டியது:

- i. நுகர்வோர்களை கவருவதற்காக 50மு தள்ளுபடி என பொய்யான விளம்பரம் செய்வது.
- ii. பொருளின் விலை அட்டையில் குறிப்பிட்டுள்ள விலையை இரட்டிப்பாக்கி புதிய விலை அட்டை ஒட்டியது சட்டத்திற்கு புறம்பானது.
- iii. தள்ளுபடி கழித்த விற்பனை விலைக்கே விலை அட்டை ஒட்டப்பட்டிருக்கிறது என்ற ஏமாற்றுவாதத்தை தவிர்க்க வேண்டும்.

அலகு – 6
சந்தையிடுகையின் அடிப்படை கூறுகள்
சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளர்
அத்தியாயம் - 17

- ✦ 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.

நுகர்வோரின் கடமைகள்: Duties of consumer

- ✦ உரிமைகள் தவிர, நுகர்வோர் மீது சில கடமைகள் விதிக்கப்பட்டு உள்ளன. நுகர்வோர் தனது கடமைகளை உணர்ந்து கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் வாங்குவதை நேர்மையாக செய்ய 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 வர வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் ஒரு பொருளைப் பற்றிய அறிவை தனது சொந்த அனுபவத்திலோ அல்லது அந்த பொருளை பயன்படுத்திய மற்றவர்களிடமோ அல்லது இணையதளம் மூலமாகவோ பெற்றிருக்க வேண்டும்.
- ✦ 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 எடை மற்றும் சரியான அளவிலான பொருட்களை பெறுகிறோம் என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் ஒரு பொருளை வாங்கும்போது அதன் உறையுடன் கூடியதான நிகர எடையாக வாங்கக்கூடாது. ஆகையால், நுகர்வோர் எப்பொழுதும் முன் எச்சரிக்கையாக பொருட்களை வாங்கும்போது 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 Bewarde 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 உணர்ச்சியாகவும் 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 சலுகையாலும் தள்ளுபடி போன்றவற்றாலும் மூர்க்கமாக இழுக்கப்படுகிறார்கள்.
- ✦ இச்சூழ்நிலையில் நுகர்வோர்கள் ஒரு உண்மையை மறந்து விடக் கூடாது. அதாவது. நுகர்வோரிடமிருந்து விற்பனையாளர் ஏற்கனவே விலையை உயர்த்தி பொருட்களை விற்பனை செய்துவிட்டதினால், இலவச பொருட்கள் வழங்கினாலும் இத்திட்டத்தில் அப்பொருளின் விலையை திரும்ப பெற்றுவிட்டார்.
- ✦ நுகர்வோர் எப்பொழுதும் எச்சரிக்கை உணர்வுடன் இருக்க வேண்டும். இல்லையென்றால் இலவச பொருட்கள் மீதான பேராசையினால் தேவையில்லாத பொருட்களையும் வாங்கிவிட வாய்ப்புள்ளது.

இந்தியாவின் நுகர்வோரின் உரிமைகள்:

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

- ✓ நுகர்வோரின் உரிமைகளை உறுதிப்படுத்துதல்
- ✓ பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு நிவாரணம் வழங்குதல்
- ✓ தவறான வணிக நடவடிக்கைகளை பரிசோதித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்
- ✓ உலகிலேயே நுகர்வோருக்கான தனிப்பட்ட சட்டம் இதுவேயாகும்.

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

- ✦ பொருட்களுக்கான இடாப்புடன் ரொக்க ரசீது உத்திரவாத அட்டை போன்றவற்றை பெறுவது நுகர்வோரின் சட்டப்படியான கடமையாகும்.

- ✦ பொருட்களில் ஏற்படும் குறைபாடுகளை களைய குறைதீர்வகத்தில் முறையிட உத்தரவாத அட்டை உதவிடுகிறது. 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.
- ✦ பொருட்களை வாங்கியதற்கான ரொக்க ரசீதையும் உத்தரவாத அட்டையையும் கேட்டுப் பெறுவதே நுகர்வோரின் முக்கிய கடமையாகும்.

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 ஒரு போதும் 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 வாங்குவோர்கள். ஆனால் அவைகள் நீடித்த மற்றும் பாதுகாப்பானவைகளாக இருப்பதில்லை.
- ✦ 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.
- ✦ 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.

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.

- ✦ விற்பனை ஒப்பந்த சட்டத்தின் விதிகள் மற்றும் நிபந்தனைகள்படி பொருளுக்கான விலையை நுகர்வோர்கள் செலுத்த வேண்டும்.
- ✦ பொருட்களை நுகர்வோரின் இருப்பிடத்தில் வழங்குமாறு விற்பனையாளரை கேட்டுக் கொள்வது அவரின் பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் அப்பொருட்களை குறித்த நேரத்தில் பெற்றுக் கொள்வது அவரின் கடமையாகும்.
- ✦ ஒப்பந்தச் சட்டத்தின்படி குறித்த நேரத்தில் பொருட்களை நுகர்வோர் பெற்றுக் கொள்ளவில்லையென்றால் அதனால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு அவரே பொறுப்பாவார்.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்களை பெற்றுக் கொண்டு தாமதமாக விற்பனையாளருக்கு பணம் செலுத்தினாலோ அல்லது பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்படுத்திவிட்டாலோ அதற்கான நஷ்டஈடு தர வேண்டியது நுகர்வோரின் கடமையாகும்.
- ✦ நுகர்வோர் தங்களிடமிருந்து பொருட்களை அதன் விதிமுறைகளின்படி மற்றும் முன்னெச்சரிக்கையுடன் அப்பொருட்களை பயன்படுத்த வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்கள் மீதான தனது தேவையை தெளிவாக விற்பனையாளரிடம் வெளிப்படுத்த வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன்பாக கட்டாயம் பொருட்கள் மீதான விலை, தரம் மற்றும் அளவு ஆகிய தகவல்களை முழுமையாக பார்க்க வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்கும்பொழுது விற்பனையாளரிடமிருந்து பொருட்களுக்கான உத்தரவாத காலத்தை அதன் உத்தரவாத அட்டையை பார்த்து தெரிந்து கொள்வதுடன் அதனை கேட்டு பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
- ✦ உத்தரவாத அட்டையில் விற்பனையாளரின் கடை முத்திரையையும் மற்றும் கையெழுத்தையும் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் பொருட்களில் ஏதேனும் குறை ஏற்பட்டாலோ அல்லது சேவைக்குறைவு ஏற்பட்டாலோ நுகர்வோர் குறைதீர்வகத்தில் புகாரை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

- பொருட்களின் தரத்தில் நுகர்வோர் எவ்வித சமரசமும் செய்து கொள்ளக்கூடாது. நுகர்வோர் ISI, அக்மார்க், FPO போன்ற தரக்குறியீடு சான்றுகளை மற்றும் அடையாளக் குறியீடுகளை இரக்கிறதா என்று பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.
- 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.
- 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 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.
- 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 பின்வரமாறு விவாதிக்கலாம்.

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

- சில தயாரிப்புப் பொருட்கள் நுகர்வோரின் உடல்நலம், சொத்துகள் மற்றும் வாழ்வு முறையில் அபாயத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்கலாம். அத்தயாரிப்புகள் நுகர்வோரின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்கக்கூடியதாக இருக்கலாம்.
- சிறந்த உதாரணமாக உணவு சேர்க்கைகள், நிறமிகள், உணவுப்பாதுகாப்பு இரசாயனங்கள் ஆகியவை ஆகும். உடல்நலக் கோளாறுகள் மற்றும் ஆரோக்கிய அபாயங்கள் எழும் வாய்ப்புகள் 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 வெளிப்படுத்தப்பட்ட 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 அதிகப்படுத்திக் கொள்கிறார்.
- ✦ நுகர்வோரை மனநிறைவு கொள்ள பரவலான பொருட்களின் தேர்வினை தரகிறார்கள். “தேர்வு” என்பது பரந்த வழிகளில் தரம், வியாபாரக்குறியீடு, நியாயமான விலை போன்றவற்றின் அடிப்படையில் பொருட்களை அதன் நிறம், தரம் வடிவமைப்பு மற்றும் அளவு ஆகியவற்றைக் கொண்டு விரும்பிய வழிகளில் தேர்ந்தெடுப்பதாகும்.

iv. செவிமடுக்கும் உரிமை Rights 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 சரி செய்ய 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. வாழ்க்கைத்தர உரிமை Right to quality of Life

- ✦ வாழ்வின் தரம் என்பது சமுதாயத்தில் மக்கள் நலமாக இரப்பதைக் 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.
- ✦ சாமானிய மக்களின் சமூகச் செலவுகள் அவர்களின் சமூக நலன்களைவிட அதிகமாகும். மாற்றாக கூற வேண்டுமெனில் ஒவ்வொரு வகையான மாசுபாடும் சமூகத்தின் நலன்களை பாதிக்கின்ற வகையில் அமைகிறது.
- ✦ வணிக நிறுவனங்கள் மனிதவர்க்கத்திற்கான சமூகப் பொறுப்புடன் உற்பத்தி மற்றும் வெளியீடு செய்யப்பட வேண்டும்.
- ✦ உற்பத்தியாளர்கள் தவிர்க்க முடியாத கழிவுகள் மற்றும் கழிவுநீரை வெளியேற்றும்பொழுது சுற்றுப்புறச்சூழல் 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 ஊடகத்தின் மூலம் விளம்பரப்படுத்த வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் தனது வாழ்க்கை மற்றும் ஆரோக்கியத்திற்கு அபாயகரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு எதிராக பாதுகாத்துக் கொள்ள உரிமை உண்டு. தரக்குறைவான கூறுகளுடன் உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது பாதுகாப்பு விதிமுறைகளுக்கு இணங்காத நுண்ணலைக் கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதால் அதைப் பயன்படுத்தும் பயனாளிகள் கடுமையான உடல் ரீதியான தீங்கினை அவளர்களுக்கு ஏற்படுத்தலாம்.
- ✦ நுகர்வோர் தனது பட்டறிவுடன் I.S.I குறியீடு உள்ள மின்சார உபகரணங்களை பயன்படுத்த வேண்டும். இதனால் உற்பத்தியாளர்கள் தரமான பொருட்களை மட்டுமே தயாரிக்க வேண்டும் என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

iv. 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.

அலகு - 6
நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
குறைதீர்ப்பு செயல்முறை
அத்தியாயம் - 18

குறை தீர்ப்பு செயல்முறை மற்றும் தேவை Grievance and Need Redressal Mechanism

- ✦ நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் சலுகைகளைப் பற்றி அறியாமலேயே பொதுவாக சுரண்டப்படுகிறார்கள். இந்த நவீன உலகில், நுகர்வோர் வணிகத்தின் முக்கிய பகுதியாக உள்ளனர்.
- ✦ அவர்கள் வெற்றியை அல்லது வியாபாரத்தின் முடிவுகளைத் தீர்மானிக்கிறார்கள். இருப்பினும் விற்பனையாளர்களிடமிருந்து பல வழிகளில் அவர்கள் சுரண்டப்படுகிறார்கள். ஏனெனில்: தயாரிப்புகளையும் சேவைகளையும் பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லை.
- ✦ வாடிக்கையாளர்களைக் காப்பாற்றுவதற்கு அரசாங்கம் தேவையான நடவடிக்கைகளை எடுக்கும் இந்த சூழலில் திருப்தியளித்தல் திருத்தம் வழிமுறை முக்கியமானது இந்த (அத்தியாயம்) குறை தீர்ப்பு செயல்முறை பற்றி இந்தியாவில் விளக்குவதற்கு ஒரு முயற்சியாகும்.

மகாத்மா காந்தி (Mahatma Gandhi) வாடிக்கையாளரைப் பற்றி சுறியதாவது

“ஒரு வாடிக்கையாளர் நம் வளாகத்தில் மிக முக்கியமான பார்வையாளர் அவர். அவர் நம்மை சார்ந்து இருக்கவில்லை. நாம் அவரைச் சார்ந்து இருக்கிறோம். அவர் நம் வேலையில் குறுக்கீடு அல்ல அவர் நோக்கம். அவர் நம்முடைய வியாபாரத்தின் வெளிப்பாடு அல்ல. அவர் அதில் ஒரு பகுதியாக இருக்கிறார். அவரைச் சேவிப்பதன் மூலம் நாம் அவருக்கு ஒரு உதவி செய்யவில்லை. அவ்வாறு செய்ய நமக்கு வாய்ப்பளித்ததன் மூலம் அவர் நமக்கு ஒரு உதவி செய்கிறார்”

- ✦ நவீன சந்தையியலின் தத்துவத்தின் கீழ், நுகர்வோர் ராஜாவாக (அரசராக) இருக்க வேண்டும் மற்றும் வியாபாரத்தில் நுகர்வோருக்கு: அதிகபட்ச திருப்தி வழங்க எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. ஆனால் உண்மையில், நுகர்வோர் தொடர்ந்து சுரண்டப்படுகிறார்கள்.
- ✦ இந்தியாவை எடுத்துக்கொண்டால் பல பொருட்களின் பற்றாக்கறை உள்ளது. சில நிறுவனங்கள் சந்தை இடத்தில் ஏகபோக அதிகாரங்களை அனுபவிக்கின்றனர்.
- ✦ நுகர்வோர் பெரும்பாண்மையானவர்கள் தங்கள் உரிமைகளை அறிவதில் அறியாமையற்றவர்களாகவும் கல்வியறிவற்றவர்களாகவும் உள்ளனர்.
- ✦ அவர்கள் ஏழைகளாக உள்ளனர், அவர்களிடையே ஒற்றுமை இல்லை. இந்த காரணங்களினால், நுகர்வோர் பெரும்பாலும் தங்கள் உரிமையை இழக்கின்றனர்.
- ✦ தவறான விளம்பரங்கள், தரம் குறைந்த பொருட்கள், சிறு (பின்னம்) எடைகள் மற்றும் அளவீடு, அதிகப்படியான செலவுகள் ஆகியவற்றின் மூலம் பெரும்பாலும் அவர்கள் சுரண்டப்படுகின்றனர்.

நுகர்வோர் மன்றம் Consumer Councils

- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், நுகர்வோர் விழிப்புணர்வைப் பரப்புவதற்காக மத்திய மாநில மற்றும் மாவட்ட அளவிலான நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மன்றத்தை நிறுவ வகை செய்துள்ளது.
- ✦ மன்றத்தின் தலையாய நோக்கம் நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்துவது மற்றும் பாதுகாப்பது ஆகும்.

மூன்று அடுக்கு நீதிமன்றங்கள் Three Tier Courts or Quasi judiciary

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்: 1986 நுகர்வோருக்கு தீர்வு வழங்கி மூன்று அடுக்கு தீர்வு மன்றத்தை ஏற்படுத்த வகை செய்துள்ளது. இதன் பொருட்டு கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள அமைப்புகள் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

- ★ மாவட்ட நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாவட்ட மன்றம்.
- ★ மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாநில ஆணையம்
- ★ தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் (NCDRC) அல்லது தேசிய ஆணையம்
- ★ குறை தீர்ப்பு செயல்முறை கட்டமைத்தல் (Structure of Redressal Mechanism)

குறைதீர்ப்பு செயல்முறை கட்டமைத்தல் Structure of Redressal Mechanism

தேசிய ஆணையம் ₹.1 கோடிக்கு மேல்

மாநில ஆணையம் ₹.20 லட்சம் முதல் ₹.1 கோடி வரை

மாவட்ட மன்றம் ₹.20 லட்சம்

மாவட்ட மன்றம் Distict Forum:

- ✦ 1986 ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மற்றும் அதன் பிரிவு 9 ஆகியவற்றின்படி, ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும் ஒரு மாவட்ட மன்றத்தை மூலம் மாவட்டத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க என்று ஒவ்வொரு மாவட்டமும் அவசியம்.
- ✦ மாநில அரசு அதை செய்ய தகுதியுடையதாக இருந்தால் ஒரு மாவட்ட மன்றமும் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்களை உருவாக்க முடியும்.
- ✦ ஒரு நுகர்வோர் தனது குறைவினை நுகர்வோர் மன்றத்தில் தாக்கல் செய்யலாம். மன்றத்தில் புகார் செய்யலாம்.
- ✦ மத்திய அல்லது மாநில அரசு அல்லது நுகர்வோர் குழுவிற்கு புகார் செய்யலாம். எனவே, பாதிக்கப்பட்ட நபரால் மட்டுமே புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும் என்று அவசியமில்லை. அவர் சார்பாக மற்றவர்களுக்கு புகார் கொடுக்க உரிமை உண்டு.

உறுப்பினர்கள் members

- ✦ ஒரு நபர் அல்லது யார் ஒரு மாவட்ட நீதிபதியாவதற்கு தகுதியுடையவர் அதன் தலைவராக நியமிக்கலாம்.
- ✦ கணக்கியல், தொழிற்சாலை, பொது விவகாரங்கள் அல்லது நிர்வாகம் தொடர்பான பிரச்சனைகள் தொடர்பாக போதுமான அறிவு அல்லது அனுபவம் உள்ளவர்கள் அல்லது அவர்களது திறனை வெளிப்படுத்தக்கூடிய இரண்டு உறுப்பினர்கள், அந்த இது போன்ற இரண்டு உறுப்பினர்களில் ஒருவர் ஒரு பெண்ணாக இருக்க வேண்டும் என்று சட்டம் வலியுறுத்துகிறது.

அதிகார எல்லை Jurisdiction

- ✦ மாவட்ட நீதிபதி அல்லது அதற்கு இணையாக நபர் அதன் தலைவராக நியமிக்கப்படுகிறார். மாவட்ட மன்றம் தன்னுடைய அதிகார எல்லைக்கு உட்பட்டு கோரிக்கைகளை மட்டும் தீர்வுக்கு ஏற்றுக்கொள்ளலாம்.
- ✦ சரக்குகள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் இழப்பீட்டுத் தொகை ₹.20 லட்சத்திற்கும் மிகையாக நட்ட ஈடுகோரும் கோரிக்கைகளை மட்டும் மாவட்ட மன்றம் கையாள வேண்டும்.

அதிகாரம் Powers

- ✦ மாவட்ட மன்றத்திற்கு முன் ஒவ்வொரு வழக்குகளும் இந்திய தண்டனைச் சட்டத்தின் பிரிவு 193 மற்றும் 228 ஆகியவற்றின் உட்பிரிவுகளுக்கு உட்பட்ட நீதிமன்ற நடவடிக்கைகளாக கருதப்படும், அந்த மாவட்ட மன்றங்கள் உரிமையியல் நீதி மன்றங்களாக கருதப்படும்.
- ✦ புகாரின் மதிப்பு: ₹.20 லட்சம் ரூபாய்க்குமேல் இருந்தால், மாநில ஆணையத்தில்தான் புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும். மேலும் மாவட்ட மன்றம் நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளில் குறைபாடுள்ள பொருட்களின் விற்பனைகள் அல்லது பொருட்களின் விநியோகம் அல்லது சேவைகளின் குறைபாட்டின் மதிப்பு ₹.20 லட்சத்திற்கு மேலாகக் இருத்தல் கூடாது.

தற்போது 620க்கும் மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்கள் மற்றும் 30க்கும் மேற்பட்ட மாநில ஆணையம் செயல்பட்டு வருகிறது. தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்க்கும் ஆணையம் (NCDRC) என்ற அமைப்பு நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பின் தலைமையிடமாக செயல்படுகிறது. உச்சக்கட்டத்தில் புதுடெல்லியில் அமைந்துள்ளது.

நுகர்வோர் மன்றத்தின் நன்னடத்தை, அதிகார எல்லை

1. மாவட்ட நுகர்வோர் மன்றம் சேவைகளின் குறைபாட்டின் மதிப்பு ₹.20 லட்சத்திற்கு மேலாகக் இருத்தல் கூடாது. சேவைகளின் குறைபாட்டின் மதிப்பு ₹.20 லட்சத்திற்கு மேலாகக் இருத்தல் கூடாது ₹.20 இலட்சம் வரை வழங்கப்படும்,
2. மாநில ஆணைக்குழுவுக்கு ₹.20 இலட்சத்திற்கும் மேலான மதிப்பு மற்றும் ஒரு கோடி ரூபாய் மதிப்பு,
3. தேசிய ஆணையம், ஒரு கோடி ரூபாய் மதிப்பிலான மதிப்பாகும்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம் Appellate Forum

- ✦ மாவட்டக் கருத்துக்களம் மாநில ஆணையத்திற்கு அனுப்பிய உத்தரவுக்கு எதிராக முறையீடு செய்ய முடியும்.

மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாநில ஆணையம்.

- ✦ இந்த ஆணையம் மாநில அளவில் செயல்பட்டு குறைப்பாட்டு தீர்ப்பாணையம் என அழைக்கப்படுகிறது. சரக்கு மற்றும் சேவைகள் தொடர்பாக எழும் புகார்கள் இந்த தீர்ப்பாணையத்தின் செயல் எல்லைக்குள் அடங்கும்.
- ✦ விற்கப்பட்ட சரக்கில் ஏற்படும் பழுதுகள் மற்றும் தரக்குறைகள் மற்றும் நியாயமற்ற மற்றும் தடை செய்யும் வணிக நடைமுறைகளுக்கு (Unfair Restrictive Trade practices). நோக்கத்திற்காக வணிக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைப்பு ஆணையம் என்ற பெயரில் துவங்கப்பட்டு வெற்றிகரமாக செயல்பட்டு வருகிறது.

உறுப்பினர்கள் Members

- ✦ உயர்நீதி மன்றத்தின் நீதிபதியாக சம்மந்தப்பட்ட மாநில அரசால் பதவி அமர்த்தப்பட்ட நபர் அந்த ஆணையத்தின் தலைவராக நியமிக்கப்படலாம்.
- ✦ நீதி, நேர்மை, நாணயம் கொண்ட மற்றும் போதிய அறிவு மற்றும் அனுபவம் கொண்ட நாகளையோ அல்லது பொருளாதாம் சட்டம், வணிகம் மற்றும் தொழில் நிர்வாகம் போன்ற துறைகளின் ஏற்பட்டும் சிக்கல்களைக் கையாளும் திறனை கொண்டவர்களையும் நியமிக்கலாம்.

அதிகார எல்லை Jurisdiction

- ✦ ₹.20 லட்சத்திற்கு மிகையாக ஆனால் ரூபாய் 1 கோடிக்குள்ளாக விற்கப்பட்ட சரக்குகள் மற்றும் சேவை தொடர்பாக எழும் குறை மனுக்களை விசாரிக்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.
- ✦ மாநில மன்றத்தின் தீர்ப்புகளுக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யப்பட்ட மனுக்களை விசாரித்து தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.
- ✦ மேற்கூறிய முகமையின் அதிகாரிகளுக்கு சட்டத்தின் நோக்கத்திற்காக தேவைப்படும் தகவல்களை வழங்கும் அதிகாரம்

மேல்முறையீட்டு மன்றம் Appellate Forum

- ✦ மாநில நுகர்வோர் தீர்ப்பாயம் மாவட்ட மன்றத்தின் தீர்ப்புகளை மாற்றியமைக்கவோ அல்லது கொடுத்த தீர்ப்பை உறுதி செய்தோ ஆணைய பிறப்பிக்க அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
- ✦ மாநில நுகர்வோர் தீர்ப்பாணையில் அறிவித்த தீர்ப்பை ஏற்றுக்கொள்ளாத நபர் தேசிய தீர்ப்பாணையத்தில் தீர்ப்பு அளிக்கப்பட்ட நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது தேசிய ஆணையம் National Consumer Disputes Redressal Commission

- ✦ இவ்வமைப்பு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986ன் கீழ் ஒரு பகுதி நீதிமன்றமாக 1988ஆம் ஆண்டு ஏற்படுத்தப்பட்டது. இதன் தலைமையலுவலகம் புதுடெல்லியில் இயங்கி வருகிறது.
- ✦ இவ் தீர்ப்பாணையம் உச்சநீதிமன்றத்திலிருந்து ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியை தலைவராக கொண்டு இயங்கி வருகிறது. இவ்வமைப்பு தேசிய தீர்ப்பாணையம் என்றும் அழைக்கப்பட்டு வருகிறது.

உறுப்பினர் Members:

தேசிய குறைதீர்ப்பு ஆணையம் அறிவிப்பின் மூலம் நிறுவப்பட்ட இவ்வமைப்பின்.

- ★ 5 உறுப்பினர்கள் இடம் பெற்றுள்ளனர்
- ★ அவர்களில் ஒருவர் நீதி துறையை சார்ந்தவராக இருக்க வேண்டும்.
- ★ ஏனைய நபர்கள் பிறதுறைகளில், அறிவு, ஆற்றல், அனுபவம் பெற்றவராக இருக்க வேண்டும்.
- ★ இவ்வமைப்பில் பெண் உறுப்பினர் இருக்க வேண்டும்.

அதிகார எல்லை Jurisdiction

- ★ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 பிரிவு 21ன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
- ★ ரூபாய் 1 கோடிக்கு எஞ்சிய புகார் மனுக்களை விசாரித்தல்.
- ★ மேல்முறையீட்டின் மனுவினை விசாரித்தல் மற்றும் மாநில தீர்ப்பாணையம் அறிவித்த தீர்ப்பாணையை மாற்றுதல்.
- ★ மாவட்ட மன்றம் மற்றும் மாநில தீர்ப்பாணையத்திடமிருந்து தேவையான ஆவணங்களை கேட்டு பெற்று, அதனடிப்படையில் உரிய ஆணைகள் பிறப்பித்தல்.

அதிகாரங்கள் Powers

- ✦ தேசிய தீர்ப்பாணையம் புகார் மனுக்களை விசாரிக்கும் முறைகளில் ஒருமித்த செயல்முறைகளை பின்பற்ற தனது அதிகாரத்தை செலுத்துதல்.
- ✦ எதிர் கட்சிகளுக்கு ஒரு கட்சியால் தயாரிக்கப்பட்ட ஆவணங்களின் படிக்களை வழங்குவதில் முன்னுரிமை.
- ✦ தேசிய ஆணையத்தால் விரைவாக ஆவணப் படிக்களை வழங்கப்பட ஆணை பிறப்பித்தல்.

- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் நோக்கங்கள் சிறப்பாக செயல்படுத்தப்பட்ட தனது அதிகாரங்களை பயன்படுத்துதல் ஆணையம் மற்றும் மாவட்ட மன்றங்களின் செயல்பாட்டை அவர்களின் தன்னிச்சையாக செயல்பட அவைகளின் அதிகாரத்தில் தலையிடாது இருத்தல்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம் Appellate Forum

- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 பிரிவு 23ன் கீழ் தேசிய தீர்ப்பாணையம் கொடுத்த தீர்ப்பினை எதிர்த்து பாதிக்கப்பட்ட நபர் தீர்ப்பை பெற்ற 30 நாட்களுக்குள் நீதிமன்றத்தில் முறையீடு செய்யலாம்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் தன்னார்வ நிறுவனங்கள் Voluntary Organizations for Consumer

- ✦ பொருட்களை வாங்கி பயன்படுத்தும் ஒரு தனிநபரோ அல்லது ஒரு குடும்பம் நுகர்வோராக இருக்கலாம். தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு என்பது நுகர்வோரின் உரிமை மற்றும் நலனை பாதுகாத்திட ஏற்படுத்தப்பட்ட அமைப்பை குறிக்கும்.

நோக்கங்கள் Objectives

- ✦ நுகர்வோர் விவகாரத் துறை என்ற அமைப்பை நுகர்வோர் நலநிதியை ஏற்படுத்தி அதனை நிர்வகித்து வருகிறது.
- ✦ இந்த துறையினுடைய தலையாய நோக்கம் இந்தியாவில் உள்ள நுகர்வோரை பாதுகாக்க இந்த துறை நுகர்வோர் குறித்த விழிப்புணர்வை அகில இந்திய அளவில் பல்வேறு அமைப்புகளின் உதவியுடன் பெருக்கி வருகிறது.
- ✦ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் நலனை வலுப்படுத்துதல் மற்றும் நுகர்வோருக்கு வழிகாட்டுவது மற்றும் ஆலோசனை வழங்குவது மற்றும் குறைகளை தலையீடு செய்து தீர்ப்பது.
- ✦ தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு நுகர்வோர் நல நிதியிலிருந்து பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை ஆய்வு செய்யும் செயல் திட்டங்களுக்கு நிதி உதவி செய்கிறது. மற்றும் பொருட்களின் தர சோதனை குறித்து நடத்தப்பட்ட ஆய்வின் கண்டுபிடிப்புகளின் பொது மக்களுக்கு வெளியீட்டு, நுகர்வோருக்கு பலதரப்பட்ட பொருட்கள் குறித்து விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகிறது.
- ✦ தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகளின் தங்களின் செயல்பாடுகளை வெளிப்படுத்த நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளுதல். அரசு குடிமக்களிடம் கொண்டுள்ள தொடர்பினை இணையதளம் மூலமாக வெளிப்படையாக அறிவித்தல்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தலும் மேம்படுத்தலும்:

நுகர்வோர் தங்கள் உரிமையை அறிந்து கொள்ள அவர்களுக்கு விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துதல் நுகர்வோர் அமைப்புகளின் தலையாய நோக்கமாகும். இந்த நோக்கத்தை ஏய்துவதற்கு கீழ்க்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

- ✦ நுகர்வோர் குறித்த இதழ்கள், ஆராய்ச்சி நூல்கள், பிரசுரங்கள், கையேடுகள், துண்டுசீட்டுகள், ஆய்வு கட்டுரைகள் இவைகளை அச்சிட்டு வெளியீடுதல்.
- ✦ நுகர்வோர் விழிப்பணர்வு குறித்து கருத்தரங்குகள் மாநாடுகள் மற்றும் பட்டறைகள் (Workshop) நடத்துதல்.
- ✦ நுகர்வோருக்கு அவர் உரிமை குறித்து அறிவை புகட்டுதல்.
- ✦ பெண்களுக்கு நுகர்வோர் (Consumerism) கல்வியை வழங்குதல்.

கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கை மூலம் நுகர்வோரின் குறைத்தீர்ப்பு செயல்திறனை மேம்படுத்தப்படுகிறது.

1. பல்வேறு பொருட்கள் தரத்தை அறிய தேவைப்படும் செய்திகளை அறிவது.(Collecting Data on Different Products and Testing them) பல்வேறு நிறுவனங்கள் செய்த பொருட்களை மாதிரிக்கு எடுத்துக்கொண்டு அவைகளை தரச்சோதனைக்கு உட்படுத்தி தரநிலைப்பாடுகளை பொதுமக்களுக்கு அறிவிப்பது. (Filling suit on behalf on consumers)
2. இதன் மூலம் பொருட்களை வாங்கும் நுகர்வோர்கள் தாங்கள் வாங்க விழையும் பொருட்களில் உண்மையான தரத்தை அறிந்து தரமான பொருட்களை வாங்க முடிகிறது.
3. நுகர்வோர்கள் தங்களின் புகார்கள் குறித்து எதிர்ப்பு ஏதும் தெரிவிக்காத நிலையில் தன்னார்வ நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் அவர்களின் புகார்களை நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் தாங்கள் செய்து பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு வழங்குகிறது. இதன் மூலம் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தனது உரிமை போராட்டத்தில் தனிமையில் போராடவில்லை என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்துகிறது அதாவது பல்வேறு நுகர்வோர் நலன் காக்கும் அமைப்புகள் தங்கள் பின்னணியில் இருப்பது மூலம் வலுவாக செயல்படமுடிகிறது.
4. நுகர்வோர் கலப்படத்திற்கு எதிரான எதிர்ப்புகளை தெரிவிக்கும் போராட்டங்களை ஏற்பாடு செய்து நடத்துதல் மற்றும் நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் நுகர்வோர்களுக்கு இழைக்கப்படும் அநீதியான பதுக்கல் கலப்படம் கள்ளச்சந்தை மற்றும் குறைவான எடையில் பொருளை தருதல் போன்றவைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரை ஒன்று திரட்டி போராட்டம் நடத்துவது.
5. நுகர்வோர் நல அமைப்புகள் அண்மைகாலங்களில் பெருகிவருகிறது பல்வேறு பல்வேறு நுகர்வோர் அமைப்புகள் நாடுதழுவிய அளவில் நுகர்வோருக்கு சேவை ஆற்றி வருகின்றன. இந்த அமைப்புகளை ஒன்றிணைத்து தன்னார்வ நிறுவனங்கள் நுகர்வோர்கட்கு நற்பணி ஆற்றி வருகின்றன.
6. அரசுக்கு ஆதரவு நல்குதல் (Extending Support to Government) நுகர்வோர் அமைப்புகள் நுகர்வோர் அமைப்புகள் கலப்படம், பொருள் தட்டுப்பாட்டை உருவாக்கும் தரம் குறைந்த பொருட்களை விற்பனை செய்து கள்ளச்சந்தை, பதுக்கல், போலிப் பொருட்களை விற்க போன்ற நுகர்வோர்க்கு எதிராக நடத்தப்படும் நேடுகளை அரசின் கவனத்திற்கு கொண்டுவருதல்.

புகார் மனு அளிப்பதற்கான செயல்முறைகள் (Procedures for Filling Complaint)

- ✦ பொருட்களின் உள்ள குறைப்பாடுகள் தெளிவாக குறிப்பிட்டு பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தனது புகார் மனுவை தயாரிப்பாளர் அல்லது விற்பனையாளர் அல்லது பொருளை விற்பனை செய்கிறவர்கள் இடம் தாக்கல் செய்யலாம்.
- ✦ பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் வணிகர்களின் நியாயத்திற்கு புறம்பான விற்பனை நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராகவோ அல்லது அவர்கள் ஈடுபட்ட தடைசெய்யப்பட்ட வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராகவோ புகார் அளிக்கலாம்.
- ✦ நுகர்வோர் நீதி மன்றத்தில் புகார் மனுவை தாக்கல் செய்யும் முன்பாக பொருள் தயாரித்த நிறுவனத்திற்கு அல்லது பொருள் விற்பனை நிறுவனத்திற்கு சட்டப்படி அறிவிப்பை பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் அனுப்பப்பட வேண்டும்.
- ✦ நுகர்வோர் தனது பெயர், முகவரி, பொருள் வாங்கிய நாள் வாங்கிய பொருள் விவரம் குறித்து சட்டப்படி கொடுக்கப்பட வேண்டும். அறிவிப்பில் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.
- ✦ வாங்கிய பொருளில் உள்ள தரக்குறைப்பாடுகள் அல்லது அதிலிருந்து எழுந்த சிக்கல்களை தெளிவாக குறிப்பிட வேண்டும்.
- ✦ புகாரின் பேரில் சமந்தப்பட்ட உற்பத்தி அல்லது விற்பனை நிறுவனம் இந்நாள்வரை எடுத்த தீர்வு நடவடிக்கைகளை விவரிக்க வேண்டும்.
- ✦ சம்பந்தப்பட்ட நிறுவனத்திலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் தீர்வு நடவடிக்கை.

✦ சட்டப்படி அளிக்கப்பட்ட அறிவிப்புக்கு சம்பந்தப்பட்ட உற்பத்தி அல்லது விற்பனை செய்து நிறுவன முறைப்படி பதிலளிக்கப்படாமல் இருக்கும் நிலையில், வருங்காலத்தில் எடுக்கப்பட இருக்கும் சட்டநடவடிக்கைகள் குறித்த தெளிவான நிலைப்பாடு, புகார் மனுவில் இடம் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

யார் புகார் தெரிவிக்கலாம்? Who can make Complaints

1986 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின் படி இலக்கணம் வகுக்கப்பட்ட நுகர்வோர் யாரேனும்.

- ★ பதிவு செய்யப்பட்ட தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கம்.
- ★ மத்திய அரசு
- ★ மாநில அரசு அல்லது யுனியபிரதேசம்
- ★ பல நுகர்வோர் சார்பாக ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர்.

எப்போது புகார் தொடுக்கலாம் When the complaint can be made

புகார் மனுக்களை எழுத்துப்பூர்வமாக கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சூழ்நிலையில் தரப்பட வேண்டும்.

1. வியாபார நெறிமுறைக்கு புறம்பான நடவடிக்கைகளால் நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது சேதம் ஏற்படும்போது
2. வாங்கிய பொருள் பழுதுபட்ட நிலை.
3. வழங்கப்பட்ட சேவையின் தரத்தில் உள்ள குறைபாடுகள்.
4. பொருளின் மீது குறிப்பிடப்பட்டுள்ள விலையை விட மிகையான ஒரு விலையை நுகர்வோர் செலுத்தியிருந்தால் அல்லது சட்டப்படி நிர்ணயிக்கப்பட்ட அல்லது சட்டப்படி நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையை விட கூடுதலான விலையை நுகர்வோர் செலுத்தியிருந்தால்.
5. சட்டத்திற்கு புறம்பான அல்லது பொதுமக்களின் நலனுக்கு அல்லது உயிருக்கு பாதிப்பு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்யும் நிலையில்

புகாரை எவ்வாறு எவ்வாறு பதிவு செய்வுத How to Register the complaints

கீழ்க் கண்ட முறையில் புகாரை பதிவு செய்யலாம்.

1. குறைதீர்ப்பு முடிவடையும் தேதிக்குத் தேவையான நடவடிக்கை எடுக்கும் தேதி 2 வருடத்திற்குள் புகார் பதிவு செய்யலாம்.
2. முத்திரைதாளில் (ஸ்டாம்பி ியிநச) புகார் பதிவு செய்யலாம்.
3. புகார் அளிக்க விரும்பும் நபர் தனிப்பட்ட முறையிலோ அல்லது முகவரி மூலமாகவோ அல்லது அஞ்சல் வழியாகவோ குறைதீர்ப்பு அமைப்புக்கு புகாரை அளிக்கலாம்.
4. புகார் அளிக்க வழக்கறிஞர்களை ஈடுபடுத்த வேண்டிய அவசியமில்லை.

புகார் மனுவில் தரப்பட வேண்டிய விவரங்கள்:

புகார் அளிப்பவரின் பெயர் முகவரி

1. புகார் அளிக்கும் எதிர் தரப்பினரின் பெயர் முகவரி

2. வாங்கிய பொருள் அல்லது பயன்படுத்திய சேவையின் நாள்
3. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவையின் மதிப்பு
4. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவையின் முழுவிலம்
5. புகார் பற்றிய விவரம் அதாவது வணிக பழக்கங்களுக்கு புறம்பான செயல்பாடுகளால் அல்லது பொருள் அல்லது சேவையில் உள்ள பழுதா அல்லது மிகையாக செலுத்தப்பட்ட விலையா என தெளிவாக குறிப்பிடப்பட்டிருக்க வேண்டும்.
6. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவை தொடர்பாக வழங்கப்பட்ட ரொக்கம் அல்லது கடன் இரகசியம்.

நுகர்வோருக்கு தரும் நிவாரணம் Relief to the Consumers

மாவட்ட மன்றம் அல்லது மாநில குறை தீர்ப்பாணையம் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள வடிவங்களில் தீர்வுகள் வழங்கலாம்.

1. வாங்கிய பொருளில் உள்ள பழுதை நீக்க பணித்தல்.
2. பழுதுபொருளுக்கு மாற்றாக புதிய பொருளை தரக்கட்டளையிடுதல்.
3. புகார் அளித்தவருக்கு வாங்கிய பொருள் அல்லது பயன்படுத்திய சேவை தொடர்பாக செலுத்தப்பட்ட விலையை திருப்பி தர கோருதல்.
4. நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட பாதிப்புகள் அல்லது பண நட்டத்தை ஈடு செய்ய ஆணையிடுதல்.
5. சேவையில் ஏற்படும் குறைபாடுகளை தீர்த்து வைத்தல்.
6. வணிக நெறிமுறைகளுக்கு புறம்பான முறையில் செய்த நடவடிக்கைகளை கைவிட அறிவுறுத்தல்.
7. உடல் நலத்திற்கு ஊறுவிளைவிக்கும் அல்லது கேடு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்வதிலிருந்து விலக்கி கொள்ள கட்டளையிடுதல்.
8. புகார்தாரர் செய்த செலவுகளை ஈடு செய்ய கூறுதல்.

மேல்முறையீட்டு செய்யும் முறை What is the appeal provision

1. மாவட்ட நுகர்வோர் குறை தீர்ப்புமன்றம் வழங்கிய தீர்ப்பாணையை எதிர்த்து தீர்ப்புவந்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பாணையத்தில் முறையீடு செய்யலாம்.
2. இவ்வாறு மாநில நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பாணையத்தின் தீர்ப்பினை எதிர்த்து தீர்ப்பு வந்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பாணையத்தில் முறையீடு செய்யலாம்.
3. தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பாணையம் வழங்கிய தீர்ப்பை 30 நாட்களுக்குள் உச்ச நீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடு செய்யலாம்.
4. மாநில தேசிய குறைதீர்ப்பு ஆணையத்தில் மேல்முறையீடு செய்ய கட்டணம் செலுத்த தேவையில்லை.
5. மேல்முறையீட்டு மனுக்கள் சம்மந்தப்பட்ட கீழ் நீதிமன்றங்கள் வழங்கிய தீர்ப்பாணையத்துடன் இணைத்து மேல்முறையீட்டுக்கு சமர்ப்பிக்கப்பட வேண்டும். மற்றபடி வழக்கை பதிவு செய்யும் நடைமுறையானது மேற்கூறிய அனைத்து நீதிமன்றங்களுக்கு பொதுவானதாக இருக்கிறது.

நுகர்வோர் சங்கங்களின் சர்வதேச அமைப்பு (ஐசுஐஐ) முதன் முதலில் 1960 ஆம் ஆண்டு நிறுவப்பட்டது. எல்லை தாண்டிய பிரச்சாரங்களை உருவாக்கி அறிவைப் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்பியது. இது 120 நாடுகளில் 250க்கும் மேற்பட்ட உறுப்பினர் அமைப்புகளைக் கொண்டுள்ளது. லண்டன், இலத்தீன் அமெரிக்கா, ஆசியா, பசிபிக், மத்திய கிழக்கு மற்றும் ஆப்பிரிக்காவில் உள்ள பிராந்திய அதிகாரிகள்,

உறுப்பினர்களாக உள்ளனர் இலண்டம், அதன் தலைமையகம்.

எதிர்கால கற்றல் மாணவர் நுகர்வோர் சங்கம் மாணவர்கள் “மாணவர்கள் நுகர்வோர் சங்கம்” உருவாக்கலாம். அதன் மூலம் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வு பற்றி பெற்றோர்களுக்கு விழிப்புணர்வை ஊக்கப்படுத்தலாம்.

- * பொருளின் அதிகபட்ச விற்பனைவிலை
- * பொருளின் காலவதியான தேதி
- * தயாரிப்புகளின் தரம் (ஐ.எஸ்.ஐ. ஐஎஸ்ஓ மற்றும் அக்மார்க் முதலியன) பற்றிய விழிப்புணர்வு.

சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி Goods and Services Tax (GST)

- ✦ நாடு முழுவதும் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளில் மறைமுக வரியாக சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி விதிக்கப்பட்டுள்ளது. இது ஒரு விரிவான, பல கட்ட இலக்கு அடிப்படையிலான மதிப்பு கூட்டுவரியாகும்.

இந்த முறையின் கீழ் பொருந்தும் மூன்று வரிகள் உள்ளன. அவையாவன.

- i. மத்திய சரக்கு மற்றும் சேவை வரி (ஐ.எஸ்.டி CGST) மத்திய அரசால் உள்நாட்டில் விற்கப்படும் விற்பனையின் மீது வசூலிக்கப்படும் வரியாகும். (எ.கா) தமிழ்நாட்டில் நடக்கும் பரிவர்த்தனை)
- ii. மாநில சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி எஸ்.ஐ.எஸ்.டி (SGST) மாநில அரசால் உள்நாட்டில் விற்கப்படும் விற்பனையின் மீது வசூலிக்கப்படும் வரியாகும். (எ.கா. தமிழ்நாட்டிற்குள் நடக்கும் பரிவர்த்தனை)
- iii. ஒருங்கிணைந்த சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி ஐ.ஐ.எஸ்.டி(IGST): மாநில அரசு விற்பனைக்கு மத்திய அரசால் வசூலிக்கப்படும் வரியாகும். (எ.கா. பஞ்சாப்பிலிருந்து தமிழ்நாட்டிற்கு.