



# 4

## ഉപഭോക്താവ്: അവകാശങ്ങളും സംരക്ഷണവും

ദൈനംദിന ഉപയോഗങ്ങൾക്കായി നാം സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വാങ്ങാറില്ലേ? എവിടെയൊക്കെ നിന്നാണ് നമുക്ക് ആവശ്യമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ലഭ്യമാകുന്നത്? ഇവയെല്ലാം ലഭിക്കുന്നത് നമുക്ക് ചുറ്റുമുള്ള ചെറിയ കടകൾ മുതൽ ലോകം മുഴുവൻ വ്യാപിച്ചു കിടക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ശൃംഖലകൾ ഉൾപ്പെടുന്ന വിപണികളിൽ നിന്നുമാണ്. വിലമ്പനക്കാരും വാങ്ങുന്നവരും തമ്മിൽ അടുത്ത ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്ന ഇടത്തെ നമുക്ക് വിപണി അഥവാ കമ്പോളം (Market) എന്നുവിളിക്കാം.

മനുഷ്യൻ തന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നതിനെ ഉപഭോഗം (Consumption) എന്നും വില കൊടുത്തോ വില കൊടുക്കാമെന്ന കരാറിലോ സാധന സേവനങ്ങൾ വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്ന ആളാണ് ഉപഭോക്താവ് (Consumer) എന്നും നാം മുൻ ക്ലാസുകളിൽ പഠിച്ചിട്ടുണ്ടല്ലോ. കൂടാതെ ഉപഭോഗത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങളും ചർച്ച ചെയ്തതാണ്. അവ ഏതൊക്കെയാണെന്ന് എഴുതി നോക്കൂ.

- സാധനങ്ങളുടെ വില
- 
- 
- 



ചിത്രം 4.1



ചിത്രം 4.2

## ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തി (Consumer satisfaction)



ആൽഫ്രഡ് മാർഷൽ  
ചിത്രം 4.3

സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെ ഉപഭോക്താവിന് സംതൃപ്തി (Consumer satisfaction) ലഭിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ ലഭിക്കുന്ന സംതൃപ്തിയെ അളന്ന് തിട്ടപ്പെടുത്താൻ സാധിക്കുമോ? ഉപഭോക്താവിന്റെ സംതൃപ്തിയാണ് എല്ലാ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളുടെയും പ്രധാന ലക്ഷ്യമെന്ന് നമുക്കറിയാം. സംതൃപ്തി എന്നത് വ്യക്തിഗതവും ഓരോരുത്തരുടെയും മാനസിക അവസ്ഥയെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നതിനാലും ഇത് ഗണിതപരമായി അളക്കുക പ്രയാസമാണ്. എന്നാൽ സംതൃപ്തിയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ഗതിവിഗതികൾ അറിയണമെങ്കിൽ അത് നാം തിട്ടപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിനുള്ള ആദ്യശ്രമം നടത്തിയത് ആൽഫ്രഡ് മാർഷൽ എന്ന സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രജ്ഞനാണ്. ഉപഭോഗം വഴി ലഭിക്കുന്ന സംതൃപ്തിയെ സാധനസേവനങ്ങളുടെ ഉപയുക്തതയായി കണക്കാക്കാം.

### ഉപയുക്തത (Utility)

ഒരു വസ്തു ഉപഭോഗം ചെയ്യുമ്പോൾ അതിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന സംതൃപ്തിയെ ഉപയുക്തത (Utility) എന്നാണ് പറയുന്നത്. ഈ ഉപയുക്തതയെ നമുക്ക് യൂട്ടിലിസ് (Utils) എന്ന യൂണിറ്റ് ഉപയോഗിച്ച് അളക്കാം. സാധന സേവനങ്ങളുടെ ഉപഭോഗത്തിലൂടെ ഉപഭോക്താവിന് ലഭിക്കുന്ന സംതൃപ്തിയെ എണ്ണൽസംഖ്യ ഉപയോഗിച്ച് തിട്ടപ്പെടുത്താൻ കഴിയുമെന്ന് കാർഡിനൽ ഉപയുക്തതവാദത്തിൽ (Cardinal Utility Theory) പറയുന്നു. ഉപയുക്തതയിൽ വരുന്ന മാറ്റം സാധനസേവനങ്ങളുടെ തിരഞ്ഞെടുപ്പിനെയും ഉപഭോഗത്തെയും സ്വാധീനിക്കാം. നിശ്ചിത സമയത്ത് ഒരു വസ്തു തുടർച്ചയായി ഉപഭോഗം നടത്തുമ്പോൾ ഉപയുക്തതയിൽ വരുന്ന മാറ്റം അറിയണമെങ്കിൽ ഉപയുക്തതയുടെ അളവുകളെപ്പറ്റി അറിയേണ്ടതുണ്ട്. അവ ഏതൊക്കെയാണ് നോക്കാം.

### മൊത്തം ഉപയുക്തത (Total Utility - TU)

ഒരു വസ്തുവിന്റെ പല യൂണിറ്റുകൾ തുടർച്ചയായി ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ അതിൽ നിന്ന് ഒരു വ്യക്തിയ്ക്ക് ലഭിക്കുന്ന ഉപയുക്തതയുടെ ആകെ തുകയാണ് മൊത്തം ഉപയുക്തത.

### സീമാന്ത ഉപയുക്തത (Marginal Utility - MU)

ഒരു വസ്തുവിന്റെ ഒരു അധിക യൂണിറ്റ് ഉപഭോഗം ചെയ്യുമ്പോൾ മൊത്തം ഉപയുക്തതയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റത്തെ സീമാന്ത ഉപയുക്തത

എന്നുപറയുന്നു. ഇത് എങ്ങനെയാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നതെന്ന് ഒരു ഉദാഹരണ സഹിതം നമുക്ക് പരിശോധിക്കാം.

നിങ്ങളുടെ ക്ലാസിലെ നിനക്ക് ഏറ്റവും ഇഷ്ടപ്പെട്ട പഴം ഓറഞ്ചാണെന്ന് കരുതുക. അവൾക്ക് നിങ്ങൾ ഓരോ ഓറഞ്ചായി കഴിക്കാൻ കൊടുക്കുന്നു എന്ന് സങ്കല്പിക്കുക. ഒന്നാമത്തെ ഓറഞ്ച് കഴിക്കുമ്പോൾ അവൾക്ക് വലിയ സംതൃപ്തി ആയിരിക്കും ലഭിക്കുക. അപ്പോൾ അതിൽ നിന്നും 20 യൂട്ടിൽസ് സംതൃപ്തി ലഭിച്ചുവെന്ന് കരുതുക. നിനക്ക് രണ്ടാമതായി ഒരു ഓറഞ്ച് കൂടി കഴിക്കാൻ നൽകിയാൽ അതിൽ നിന്നും ആദ്യത്തേതിന്റെ അത്ര സംതൃപ്തി സാധാരണഗതിയിൽ ലഭിക്കണമെന്നില്ല. രണ്ടാമത്തെ ഓറഞ്ചിൽ നിന്ന് 18 യൂട്ടിൽസ് സംതൃപ്തി ലഭിക്കുന്നു എന്നിരിക്കട്ടെ. അങ്ങനെ രണ്ട് ഓറഞ്ചുകളിൽ നിന്നുമായി ലഭിച്ച മൊത്തം സംതൃപ്തി 38 യൂട്ടിൽസാണ്. അതായത് രണ്ടാമത്തെ ഓറഞ്ചിന്റെ ഉപഭോഗത്തിലൂടെ ലഭിച്ച 18 യൂട്ടിൽസാണ് അവിടെ സീമാന്ത ഉപയുക്തത ( $38 - 20 = 18$ ). ഇങ്ങനെ തുടർച്ചയായി 5 ഓറഞ്ച് കഴിച്ചുവെന്നിരിക്കട്ടെ. അഞ്ചിൽ നിന്നും കൂടി ലഭിച്ച ഉപയുക്തതയെ മൊത്തം ഉപയുക്തത എന്നും അഞ്ചാമത്തെ യൂണിറ്റ് കഴിക്കുമ്പോൾ, 4 എണ്ണം കഴിച്ചതിൽ നിന്നും മൊത്തം ഉപയുക്തതയിൽ വന്ന മാറ്റത്തെ സീമാന്ത ഉപയുക്തത എന്നും ഈ ഉദാഹരണത്തിൽ നിന്നും കണ്ടെത്താം. ഇത്തരത്തിൽ ഓരോ യൂണിറ്റ് ഓറഞ്ച് കൂടുതലായി ഉപയോഗിക്കുമ്പോഴും മൊത്തം ഉപയുക്തതയിലും സീമാന്ത ഉപയുക്തതയിലും വരുന്ന മാറ്റം താഴെ പട്ടികയിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു. പട്ടിക പരിശോധിച്ച് തുടർന്നുള്ള ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരം കണ്ടെത്തുക.

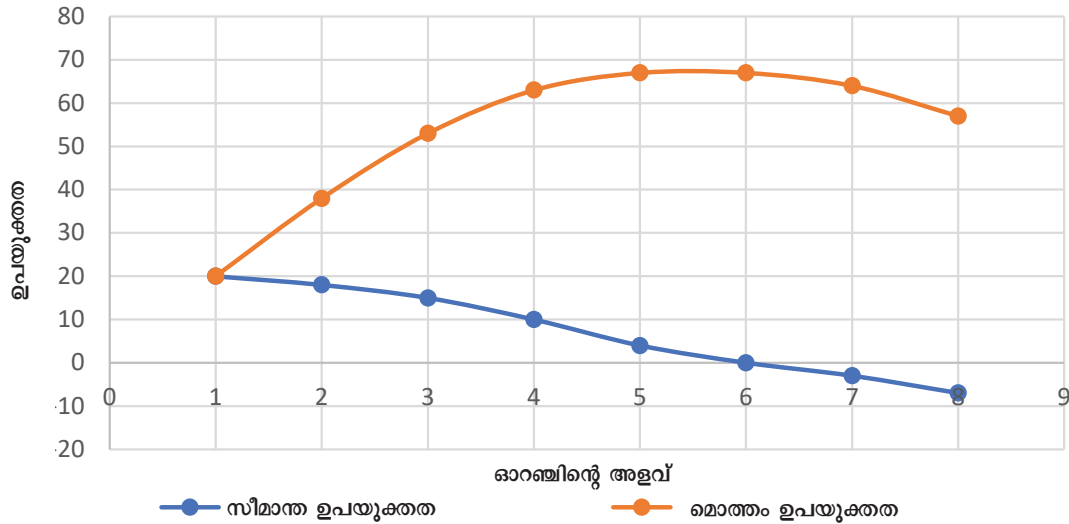
| ഓറഞ്ചിന്റെ അളവ് | മൊത്തം ഉപയുക്തത | സീമാന്ത ഉപയുക്തത |
|-----------------|-----------------|------------------|
| 1               | 20              | 20               |
| 2               | 38              | 18               |
| 3               | 53              | 15               |
| 4               | 63              | 10               |
| 5               | 67              | 4                |
| 6               | 67              | 0                |
| 7               | 64              | -3               |
| 8               | 57              | -7               |



- 1 മുതൽ 5 വരെ യൂണിറ്റ് ഓറഞ്ച് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ മൊത്തം ഉപയുക്തതയ്ക്ക് എന്ത് സംഭവിക്കുന്നു? 6 യൂണിറ്റിന് ശേഷം മൊത്തം ഉപയുക്തതയിൽ എന്ത് മാറ്റമാണ് വരുന്നത്?
- എത്രാമത്തെ യൂണിറ്റ് ഓറഞ്ച് ഉപയോഗിക്കുമ്പോഴാണ് സീമാന്ത ഉപയുക്തത പൂജ്യം ആകുന്നത്? 7, 8 എന്നീ യൂണിറ്റ് ഓറഞ്ച് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ സീമാന്ത ഉപയുക്തത നെഗറ്റീവ് ആകുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?

മുകളിലെ പട്ടികയിൽ കൊടുത്തിട്ടുള്ള അളവുകൾ ഉപയോഗിച്ച് നമുക്കൊരു മൊത്തം ഉപയുക്തത വക്രവും (Total Utility Curve) സീമാന്ത ഉപയുക്തത വക്രവും (Marginal Utility Curve) വരയ്ക്കാം.

### മൊത്തം ഉപയുക്തതയും സീമാന്ത ഉപയുക്തതയും



ചിത്രം 4.4



ചിത്രം 4.4 നിരീക്ഷിച്ച് മൊത്തം ഉപയുക്തതയും സീമാന്ത ഉപയുക്തതയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വ്യക്തമാക്കുന്ന കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കുക.



#### അപചയ സീമാന്ത ഉപയുക്തത നിയമം (Law of Diminishing Marginal Utility)

മറ്റ് വസ്തുക്കളുടെ ഉപഭോഗത്തിൽ മാറ്റമില്ലാതെ ഒരു സാധനത്തിന്റെ കൂടുതൽ യൂണിറ്റുകൾ തുടർച്ചയായി ഉപഭോഗം ചെയ്യുമ്പോൾ അതിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന സീമാന്ത ഉപയുക്തത കുറഞ്ഞുവരുന്നു എന്നാണ് അപചയ സീമാന്ത ഉപയുക്തത നിയമം പറയുന്നത്.

#### കാർഡിനൽ ഉപയുക്തത വാദത്തിന്റെ അനുമാനങ്ങളും പരിമിതികളും

#### (Assumptions and limitations of cardinal utility theory)

ഉല്പന്നങ്ങളെല്ലാം ഒരേ ഗുണമേന്മയുള്ളതായിരിക്കണം, ഉപഭോക്താവിന്റെ വരുമാനം, അഭിരുചി എന്നിവ സ്ഥിരമായിരിക്കണം. എന്നീ അനുമാനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് അപചയ സീമാന്ത ഉപയുക്തത നിയമം പ്രസ്താവിച്ചിട്ടുള്ളത്. ഉപഭോഗം തുടർച്ചയുള്ളതായിരിക്കണം, മറ്റ് സാധനങ്ങളുടെ ഉപഭോഗം നിജപ്പെടുത്തിയിരിക്കണം, യൂണിറ്റുകൾ നിശ്ചിത അളവിലും ഗുണത്തിലും ഉള്ളവയായിരിക്കണം എന്നിവ അപചയ സീമാന്ത ഉപയുക്തത നിയമത്തിന്റെ ചില പരിമിതികളാണ്.

ഉപയുക്തത എന്നത് എണ്ണൽസംഖ്യ ഉപയോഗിച്ച് തിട്ടപ്പെടുത്താൻ കഴിയാത്തതുകൊണ്ട് കാർഡിനൽ ഉപയുക്തത വാദത്തിന് പകരമായി പുതിയ സിദ്ധാന്തങ്ങൾ രൂപപ്പെട്ട് വന്നിട്ടുണ്ട്. എന്നിരുന്നാലും ഒരു വസ്തുവിന്റെ അധിക യൂണിറ്റുകൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ അതിൽ നിന്ന് കിട്ടുന്ന ഉപയുക്തത കുറഞ്ഞുവരുന്നുവെന്ന വസ്തുത സാധാരണഗതിയിൽ ഉപഭോഗത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നുണ്ട്.

ഉപയുക്തത എന്നത് വ്യക്തിയധിഷ്ഠിതമാണ്. സ്ഥലം, കാലം എന്നിവയ്ക്കനുസരിച്ച് ഉപയുക്തതയിൽ വ്യത്യാസം വരാം. ഉദാഹരണത്തിന് ചൂടുള്ള കാലാവസ്ഥയിൽ അധിവസിക്കുന്ന ഒരാൾക്ക് ഫാൻ നൽകുന്ന ഉപയുക്തത തണുപ്പുള്ള കാലാവസ്ഥയിൽ ലഭിക്കണമെന്നില്ല. ഏതൊരു ഉപഭോക്താവും ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയുക്തത പ്രദാനം ചെയ്യപ്പെടുന്ന സാധന സേവനങ്ങൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുവാനാണ് താൽപര്യപ്പെടുക. എന്നാൽ വസ്തുക്കളുടെ വില, ഉപഭോക്താവിന്റെ വരുമാനം എന്നിവ പലപ്പോഴും സാധന സേവനങ്ങളുടെ തിരഞ്ഞെടുപ്പിനെ സ്വാധീനിക്കാറുണ്ടെന്ന് നമുക്കറിയാമല്ലോ. ഗുണമേന്മയുള്ള സാധന സേവനങ്ങൾ മിതമായ നിരക്കിലും കൃത്യമായ അളവിലും ലഭ്യമാകണമെന്നാണ് ഏതൊരു ഉപഭോക്താവും ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. അത് ഉപഭോക്താവിന്റെ ഒരു അവകാശവുമാണ്. മറ്റ് എന്തെല്ലാം അവകാശങ്ങളാണ് ഒരു ഉപഭോക്താവിനുള്ളത്?



### ഉപയുക്തതയും ഉപയോഗ്യതയും (Utility and Usefulness)

നിത്യജീവിതത്തിൽ നാം ഉപയോഗിക്കുന്ന എല്ലാ സാധന സേവനങ്ങൾക്കും ഉപയുക്തതയുണ്ട്. എന്നാൽ അവയെല്ലാം ഉപയോഗപ്രദമാണെന്നില്ല. ഉദാഹരണമായി സിഗരറ്റ് വലിക്കുന്ന ഒരാൾക്ക് അതിൽ നിന്നും ഉപയുക്തത ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. പക്ഷെ നമുക്ക് അറിയാവുന്നതുപോലെ സിഗരറ്റ് എന്നത് ഉപയോഗപ്രദമായ ഒരു വസ്തുവല്ല. മാത്രവുമല്ല അതിന്റെ ഉപയോഗം ആരോഗ്യത്തിന് ഹാരികരവുമാണ്. ഉപയുക്തതയിൽ നൈതികതയ്ക്ക് പ്രസക്തിയില്ല.

## ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങളും സംരക്ഷണവും (Consumer rights and protection)

ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങളും അവ എങ്ങനെയാക്കെ സംരക്ഷിക്കാമെന്നതും വിശദമാക്കുന്നതിന് മുമ്പ് സാധനങ്ങളുടെ വിവിധ തരങ്ങൾ എന്താണെന്ന് നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം. വിവിധതരം സാധനസേവനങ്ങളും അവയുടെ പ്രത്യേകതകളും താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു. ഉചിതമായ ഉദാഹരണങ്ങൾ ചേർത്ത് പട്ടിക പൂർത്തിയാക്കുക. ഇതിനായി നൽകിയിട്ടുള്ള സൂചനകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്.

| വിവിധതരം സാധനങ്ങൾ           | പ്രത്യേകതകൾ                                                                                                                                        | ഉദാഹരണങ്ങൾ |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| സൗജന്യസാധനങ്ങൾ (Free goods) | പ്രകൃതിയിൽ ധാരാളമായിട്ടുള്ളവയും എല്ലാവർക്കും ലഭ്യമായവയും ആയ വസ്തുക്കളാണ് സൗജന്യസാധനങ്ങൾ. ഇവ സൗജന്യമായി ലഭിക്കുന്നവയാണ്. ഇവയ്ക്ക് വില നൽകേണ്ടതില്ല. |            |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ഇക്കണോമിക് സാധനങ്ങൾ (Economic goods)        | വില കൊടുത്തുവാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്ന വസ്തുക്കളാണിവ. ഇക്കണോമിക് സാധനങ്ങൾ പലപ്പോഴും നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നതോ പ്രകൃതിയിൽ നിന്ന് ശേഖരിക്കപ്പെടുന്നതോ ആകാം.                                                                                       |  |
| ഉപഭോഗ സാധനങ്ങൾ (Consumer goods)             | ജനങ്ങൾ തങ്ങളുടെ ആവശ്യങ്ങളും ലക്ഷ്യങ്ങളും നിറവേറ്റുന്നതിനായി അന്തിമമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉല്പന്നങ്ങളാണ് ഉപഭോഗ വസ്തുക്കൾ. വിലയെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ക്രയവിക്രയം നടത്തുന്ന ഇവ ഉൽപാദന പ്രക്രിയയ്ക്ക് വീണ്ടും വിധേയമാകാത്തവയാണ്.                   |  |
| മൂലധനസാധനങ്ങൾ (Capital goods)               | മറ്റ് ഉല്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉല്പാദിപ്പിക്കാനായി നിർമ്മിക്കപ്പെട്ട സാധനങ്ങൾ ആണിവ. മൂലധനസാധനങ്ങൾ ഉല്പാദനപ്രക്രിയയെ സഹായിക്കുന്നതോടൊപ്പം ചിലപ്പോൾ ഉപഭോഗ സാധനങ്ങളായും ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. അങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ അവ മൂലധനസാധനങ്ങളാവില്ല. |  |
| ഈട് നിൽക്കുന്ന സാധനങ്ങൾ (Durable goods)     | ദീർഘകാലത്തേക്ക് ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്ന വസ്തുക്കളാണ് ഈട് നിൽക്കുന്ന സാധനങ്ങൾ. ഇവ വീണ്ടും ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്നവയായിരിക്കും.                                                                                                               |  |
| ഈട് നിൽക്കാത്ത സാധനങ്ങൾ (Non-Durable goods) | കുറച്ച് കാലയളവിലേയ്ക്ക് മാത്രം ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്ന വസ്തുക്കളാണ് ഈട് നിൽക്കാത്ത സാധനങ്ങൾ                                                                                                                                              |  |

### സൂചനകൾ

- വസ്തുക്കൾ, ധാതുക്കൾ
- മേശ, വീട്
- സൂര്യപ്രകാശം, വായു
- ഫാക്ടറികൾ, ഉപകരണങ്ങൾ
- പാൽ, പച്ചക്കറി
- ഭക്ഷണം, വാഹനങ്ങൾ
- വീട്, ചെരിപ്പ്

വിവിധതരം സാധനങ്ങൾ നാം പരിചയപ്പെട്ടുവല്ലോ. ഇവയൊക്കെ വാങ്ങാൻ നാം പലപ്പോഴും കമ്പോളങ്ങളിൽ പോകാറുണ്ട്. കമ്പോളങ്ങളിൽ നിന്നും സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ ഒരു ഉപഭോക്താവ് എന്ന നിലയിൽ നാം എന്തെല്ലാം കാര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കണം. ലിസ്റ്റ് പൂർത്തീകരിക്കൂ.

- ഉല്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ

- ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്ന പരമാവധി കാലയളവ്/തീയതി

- 
- 

ഉല്പന്നങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിഷയങ്ങളായ വില, ഗുണനിലവാരം, വാറന്റി, സുരക്ഷാമാനദണ്ഡങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെക്കുറിച്ച് വ്യക്തമായ ധാരണ ഇല്ലാത്ത ഉപഭോക്താക്കൾ ചിലപ്പോൾ കബളിപ്പിക്കപ്പെടാറുണ്ട്. ഇത് ഉപഭോക്താക്കളെ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നതിൽ കലാശിക്കാം. ഇത്തരം ചൂഷണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കണമെങ്കിൽ സാധനസേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അടിസ്ഥാനപരമായ പല കാര്യങ്ങളും നാം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

സാധനസേവനങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ അതിന്റെ ബില്ല് ലഭിക്കേണ്ടത് ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശമാണ്. ബില്ലിൽ ജി.എസ്.ടി. (GST) നമ്പർ ഉണ്ടായെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തണം ഇല്ലെങ്കിൽ കബളിപ്പിക്കപ്പെട്ടേക്കാം. ബില്ല് വാങ്ങുന്നതിലൂടെ ഉപഭോക്താ അവകാശം സംരക്ഷിക്കുന്നതോടൊപ്പം ഒരു സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധത ഉറപ്പാക്കുകയും കൂടിയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

### ചരക്ക് സേവന നികുതി (Goods and Services Tax – GST)



ഭരണഘടനയുടെ 101-ാം ഭേദഗതി നടപ്പാക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി 2017 ജൂലൈ ഒന്നിന് ഇന്ത്യയിൽ GST നിലവിൽ വന്നു. പല തരത്തിലുള്ള നികുതികൾ ഒന്നാക്കി. “ഒരു രാജ്യം ; ഒരു നികുതി” എന്ന ആശയത്തിലൂടെ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥ സുതാര്യമാക്കുകയാണ് GST-യുടെ ലക്ഷ്യം. GST-യിൽ 5%, 12%, 18%, 28% എന്നിങ്ങനെ പല നിരക്കുകളുണ്ട്. GST-യിൽ നിന്നും ഒഴിവാക്കിയ ഉല്പന്നങ്ങളുമുണ്ട്. GST-യുടെ ഘടന താഴെ പറയുന്ന പ്രകാരമാണ്. നാം നൽകുന്ന GST-യുടെ 50% സംസ്ഥാന സർക്കാരിനും (SGST) 50% കേന്ദ്രസർക്കാരിനും (CGST) ലഭിക്കുന്നു. 20 ലക്ഷം രൂപയിൽ കൂടുതൽ വാർഷിക വിറ്റുവരവുള്ള വ്യാപാരികൾ GST രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമായും നടത്തേണ്ടതാണ്.



1. സാധനസേവനങ്ങൾ വാങ്ങി ബില്ല് ലഭിക്കുമ്പോൾ അതിൽ GST നമ്പർ ഉണ്ടായെന്ന് പരിശോധിക്കുന്നതോടൊപ്പം മറ്റെന്തെല്ലാം കാര്യങ്ങളാണ് ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതെന്ന് എഴുതിനോക്കൂ.

- GST നിരക്ക്

- 
- 

2. നിങ്ങളുടെ വീടുകളിൽ ഒരു നിശ്ചിത ഇടവേളയിൽ വാങ്ങിയ സാധനങ്ങളുടെ ബില്ലുകൾ പരിശോധിച്ച് വിവിധ GST നിരക്കുകൾ ചുമത്തിയിരിക്കുന്ന സാധനങ്ങൾ കണ്ടെത്തി പട്ടിക തയ്യാറാക്കുക.

താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള കൊളാഷ് ശ്രദ്ധിക്കൂ. ഏതെല്ലാം തരത്തിലുള്ള തട്ടിപ്പുകളാണ് നമുക്ക് ചുറ്റും നടക്കുന്നതെന്ന് നിരീക്ഷിക്കൂ.



ചിത്രം 4.5

അച്ചടി, ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിൽ ഇതുപോലുള്ള വാർത്തകൾ നാം ധാരാളമായി കാണാറുണ്ട്. ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ ലംഘിക്കപ്പെടുക, ഉപഭോക്താവ് വഞ്ചിക്കപ്പെടുക എന്നീ സാഹചര്യങ്ങളാണ് ഇത്തരം വാർത്തകളുടെ അടിസ്ഥാനം. ഇത്തരത്തിലുള്ള സംഭവങ്ങൾ ചെറിയ തോതിലാണെങ്കിലും വളരെ മുമ്പുതന്നെ നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് ഉണ്ടായിരുന്നു. അവ പരിഹരിക്കുന്നതിനായി പല നീക്കങ്ങളും നടന്നിട്ടുണ്ട്. അതിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണപ്രസ്ഥാനം.

### ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണപ്രസ്ഥാനം (Consumer Protection Movement)

1966-ൽ ബോംബെയിൽ കൺസ്യൂമർ ഗൈഡൻസ് സൊസൈറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ രൂപീകരണത്തോടുകൂടിയാണ് ഇന്ത്യയിൽ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണപ്രസ്ഥാനം നിലവിൽ വരുന്നത്. ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനും ക്ഷേമം ഉറപ്പാക്കുന്നതിനും വേണ്ടി രൂപംകൊണ്ട ഒരു സാമൂഹിക മുന്നേറ്റമാണിത്. ഉപഭോക്താക്കളെ വഞ്ചിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്കെതിരെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വിവിധ ഉപഭോക്തൃ സംഘടനകളും വ്യക്തികളുമാണ് ഈ പ്രസ്ഥാനത്തെ മുന്നോട്ടുനയിക്കുന്നത്. ഇവയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

- ഉപഭോക്തൃ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുക
- തട്ടിപ്പുകളെ തടയുക

- ഉപഭോക്താവിനെ ശാക്തീകരിക്കുക
- നിയമ നിർമ്മാണം നടത്തുക
- പരസ്യങ്ങളിൽ സത്യസന്ധമായ വിവരങ്ങളാണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുക
- രാഷ്ട്രീയ വേദികളിൽ ഉപഭോക്താക്കളുടെ പ്രാതിനിധ്യം ഉറപ്പുവരുത്തുക

ചൂഷണങ്ങൾക്കിരയാകാതെ സുഗമമായി ഉപഭോഗം നടത്തുന്നതിന് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കഴിയേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിനായി നിയമസഹായം ആവശ്യമാണ്. 1985-ൽ ഐക്യരാഷ്ട്രസഭ ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണം സംബന്ധിച്ച മാർഗരേഖകൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പ്രമേയം അംഗീകരിച്ചതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ 1986 ഡിസംബർ 24-ന് ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണ നിയമം ഇന്ത്യയിൽ നിലവിൽ വന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി ഡിസംബർ 24 ദേശീയ ഉപഭോക്തൃദിനമായി ആചരിച്ചുവരുന്നു.

### ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണനിയമം – 1986 (Consumer Protection Act-1986)

ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി 1986-ൽ പാർലമെന്റിലെ ഇരുനൂറ്റകളും പാസ്സാക്കിയ നിയമമാണ് ഇത്. ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സ്പഷ്ടമായി നിർവ്വചിക്കുകയും ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണത്തിനായി ഇന്ത്യയിൽ പ്രത്യേക നീതിന്യായ സംവിധാനങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുകയും ചെയ്തത് 1986-ലെ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണനിയമത്തിലൂടെയാണ്.



ചിത്രം 4.6

ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ നിലവിൽവന്ന പുതിയസാഹചര്യത്തിൽ ഇത്തരം മേഖലകളിലും ഉപഭോക്താവിന് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന നിയമം അനിവാര്യമായി വന്നു. ഈ പശ്ചാത്തലത്തിലാണ് ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണനിയമം – 2019 നിലവിൽ വന്നത്.

### ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണനിയമം – 2019 (Consumer Protection Act - 2019)

1986-ലെ ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണനിയമത്തിന് പകരം 2020 ജൂലൈ 20-ന് ഈ നിയമം നിലവിൽ വന്നു. ഈ നിയമം ഉപഭോക്താക്കളെ ശാക്തീകരിക്കുന്നതിനും അവരുടെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുമാണ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.



ചിത്രം 4.7

## സവിശേഷതകൾ

- ഉപഭോക്താക്കളുടെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനും നടപ്പിലാക്കുന്നതിനുമായി സെൻട്രൽ കൺസ്യൂമർ പ്രൊട്ടക്ഷൻ അതോറിറ്റി (CCPA) സ്ഥാപിച്ചു.
- ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ നടത്തുന്ന അന്യായമായ വ്യാപാരം തടയുന്നതിനുള്ള നിയമങ്ങൾ.
- ഉപഭോക്തൃ തർക്കപരിഹാരപ്രക്രിയ ലളിതമാക്കുന്നു.
- മായം കലർന്ന/വ്യാജവസ്തുക്കളുടെ നിർമ്മാണമോ വില്പനയോ നടത്തുന്നവരെ ശിക്ഷിക്കാൻ ഈ നിയമം വ്യവസ്ഥ ചെയ്യുന്നു.
- തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നത് തടയുന്നു.
- ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം ലഭിക്കാനുള്ള അവകാശം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു.

1986-ലെ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമത്തിന് പുറമെ നിശ്ചിത വിഷയങ്ങളിൽ ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി ചില നിയമങ്ങൾ കൂടി നിലവിലുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി ഭക്ഷ്യോല്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പാക്കുന്നതിനായി നിലവിൽ വന്നതാണ് ഭക്ഷ്യസുരക്ഷാ സ്റ്റാൻഡേർഡ് ആക്ട് 2006.

ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കപ്പെടുന്നതിനായി നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങളെപ്പറ്റി നാം മനസ്സിലാക്കിയല്ലോ. ഈ നിയമങ്ങൾ ഉറപ്പ് നൽകുന്ന ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് നോക്കാം.

### സുരക്ഷിതത്വത്തിനുള്ള അവകാശം

ജീവനും സ്വത്തിനും അപകടകരമായ സാധനസേവനങ്ങളുടെ വിപണനത്തിൽ നിന്നും രക്ഷ നേടാനുള്ള അവകാശം.

### തിരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവകാശം

മത്സരാധിഷ്ഠിത വിലയിൽ സാധനസേവനങ്ങൾ തിരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവകാശം.

### അറിയാനുള്ള അവകാശം

അന്യായമായ വ്യാപാരസമ്പ്രദായങ്ങളിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിനെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി സാധനങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ, അളവ്, പരിശുദ്ധി, വിലനിലവാരം എന്നിവ അറിയാനുള്ള അവകാശം.



ചിത്രം 4.8

## പരിഹാരം തേടാനുള്ള അവകാശം

അന്യായമായ വ്യാപാരസമ്പ്രദായങ്ങൾക്കും ഉപഭോക്തൃ ചൂഷണങ്ങൾക്കും മെതിരെ പരിഹാരം തേടാനുള്ള അവകാശം.

## ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസത്തിനുള്ള അവകാശം

വിവരമുള്ള ഒരു ഉപഭോക്താവായതിനുള്ള അറിവും വൈദഗ്ദ്ധ്യവും നേടാനുള്ള അവകാശം.

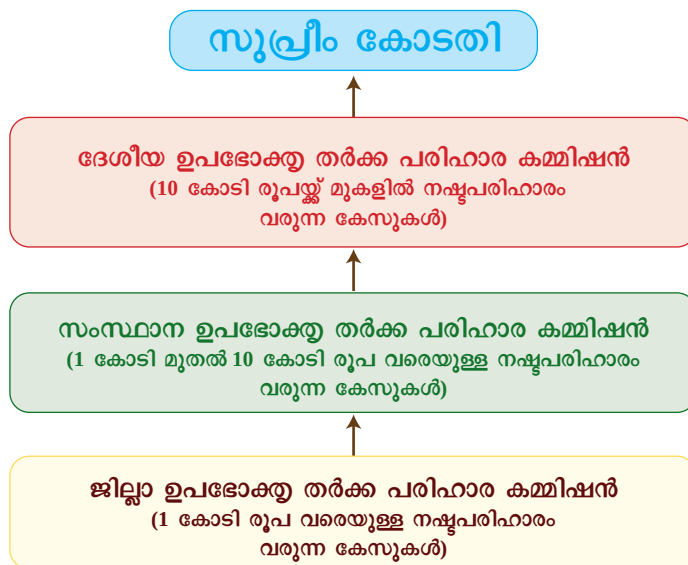


ഉപഭോക്താക്കളുടെ അവകാശങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പോസ്റ്ററുകൾ തയ്യാറാക്കി ക്ലാസിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുക.

## ഉപഭോക്തൃ കോടതികൾ

ഉപഭോക്തൃ കോടതികളുടെ ചരിത്രം ആരംഭിക്കുന്നത് 1986-ൽ ഇന്ത്യയിൽ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമം (Consumer Protection Act) നിലവിൽ വന്നതോടുകൂടിയാണ്. ഇതോടെ ഉപഭോക്തൃ കോടതികൾ സ്ഥാപിക്കപ്പെടുകയും പരാതികൾ വേഗത്തിൽ പരിഹരിക്കുന്നതിനായുള്ള ടിബ്യൂണലുകൾ രൂപവൽക്കരിക്കുകയും ചെയ്തു. ഉപഭോക്തൃകോടതികളെ മൂന്ന് തലത്തിൽ വിന്യസിച്ചിരിക്കുന്നു.

### ഉപഭോക്തൃ തർക്ക പരിഹാര സംവിധാനത്തിന്റെ ഘടന



ഉപഭോക്തൃ തർക്കങ്ങളിൽ ഇടപെട്ട് നഷ്ടപരിഹാരമുൾപ്പെടെ ഉപഭോക്താവിന് നീതി ലഭിക്കുന്നതിന് ഉപഭോക്തൃ കോടതികൾ നിർണ്ണായക പങ്ക് വഹിക്കുന്നു.

ഇന്ത്യയിലാകമാനം അറുനൂറിലധികം ജില്ലാ ഫോറങ്ങളും 35 സംസ്ഥാന കമ്മീഷനുകളും നിലവിലുണ്ട്. ഇതിനെല്ലാം മുകളിലായി നാഷണൽ കൺസ്യൂമർ ഡിസ്ക്വട്ട്സ് റിഡ്രസ്സ് കമ്മീഷൻ (NCDRC) എന്ന അപ്പേൽസ് ബോഡിയുമുണ്ട്.

ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണനിയമപ്രകാരം ഉപഭോക്തൃ കോടതികൾക്കുപുറമെ ത്രിതല ഉപദേശക സമിതികളും നിലവിലുണ്ട്.

അവ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

- ജില്ലാ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ കൗൺസിൽ
- സംസ്ഥാന ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ കൗൺസിൽ
- ദേശീയ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ കൗൺസിൽ

അതത് സർക്കാരുകൾക്ക് ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കാര്യങ്ങളിൽ ഉപദേശം നൽകുക എന്നതാണ് ഈ സമിതികളുടെ ധർമ്മം.



ചിത്രം 4.9

**വിവിധതരം കബളിപ്പിക്കലുകളും അവ പരിഹരിക്കാനായി സമീപിക്കാവുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളും മാർഗങ്ങളും**

1. വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട തട്ടിപ്പുകൾ

- a) UGC/AICTE/ State Board എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെടുക
- b) ഉപഭോക്തൃ ഫോറത്തെ സമീപിക്കുക
- c) പോലീസിൽ പരാതി നൽകുക
- d) വിദ്യാഭ്യാസ മന്ത്രാലയവുമായി ബന്ധപ്പെടുക

2. ആരോഗ്യരംഗത്തെ കബളിപ്പിക്കലുകൾ

- a) സ്റ്റേറ്റ്/നാഷണൽ മെഡിക്കൽ കൗൺസിലിലെ ഗ്രീവൻസ് പോർട്ടൽ വഴി പരാതി നൽകുക.
- b) ആരോഗ്യവിഭാഗം ഡയറക്ടർക്ക് റിപ്പോർട്ട് സഹിതം പരാതിപ്പെടുക



ചിത്രം 4.10

c) ഗുരുതരമായ ആരോഗ്യ തട്ടിപ്പുകൾക്ക് ഹൈക്കോടതിയിലും സുപ്രീംകോടതിയിലും പബ്ലിക് ഇന്ററസ്റ്റ് ലിറ്റിഗേഷൻ (PIL) ഫയൽ ചെയ്യാം.

d) ആരോഗ്യ സേതു ആപ് വഴി പരാതി നൽകാം.

### 3. വിദേശത്ത് ജോലി വാശാനം ചെയ്ത് നടത്തുന്ന പറ്റിക്കലുകൾ

a) പ്രൊട്ടക്ടറേറ്റ് ഓഫ് എമിഗ്രന്റ്സ് (POE) വഴി പരാതിപ്പെടാം

b) IPC സെക്ഷൻ 420 പ്രകാരം കേസ് ഫയൽ ചെയ്യാം

c) വിദേശത്ത് എത്തിയ ശേഷമാണ് പറ്റിക്കപ്പെട്ടതെങ്കിൽ ഇന്ത്യൻ എംബസി/ഹൈകമ്മീഷനിൽ പരാതി സമർപ്പിക്കാം

d) പ്രവാസി ഭാരതീയ സഹായതാകേന്ദ്രവുമായി (PBSK) ബന്ധപ്പെടാം. Toll Free No. 1800-11-3090



ചിത്രം 4.11

### 4. ഓൺലൈൻ തട്ടിപ്പുകൾ

a) സൈബർ ക്രൈം സെല്ലിൽ (cyber crime.gov.in) പരാതിപ്പെടുക

b) CERT – IN എന്ന പോർട്ടലിൽ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുക (Indian Computer Emergency Response Team)

c) ദേശീയ ഉപഭോക്തൃ ഹെൽപ്പ്ലൈൻ വഴിയോ info@cert.in.org.in എന്ന അഡ്രസിലോ പരാതി സമർപ്പിക്കുക.



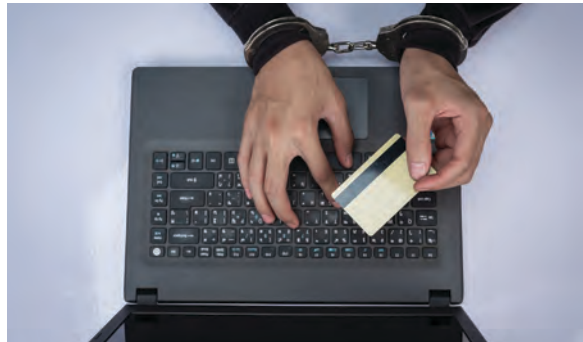
ചിത്രം 4.12

### 5. ബാങ്കിംഗ് രംഗത്തെ കബളിപ്പിക്കലുകൾ

a) ബാങ്ക് ഗ്രീവൻസ് റെഡ്രസ്സൽ മെക്കാനിസത്തെ (ബ്രാഞ്ച് മാനേജർ) സമീപിക്കുക

b) 30 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ബാങ്ക് മറുപടി തരാത്ത പക്ഷം RBI – ഓംബുഡ്സ്മാനെ സമീപിക്കാം

c) ബാങ്കിങ് ഓംബുഡ്സ്മാൻ ടോൾ ഫ്രീ നമ്പർ 14448, cgmbank@rbi.org.in



ചിത്രം 4.13



സ്കൂൾ ലൈബ്രറിയിൽ നിന്നും കഴിഞ്ഞ 6 മാസത്തെ ദിനപത്രങ്ങൾ പരിശോധിച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾ ഇരയായ വിവിധതരം തട്ടിപ്പുകൾ കണ്ടെത്തി ഒരു കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കുക.

## പരാതികൾ എങ്ങനെ സമർപ്പിക്കാം

ഒരു ഉപഭോക്താവ് കബളിപ്പിക്കപ്പെട്ടാൽ ബന്ധപ്പെട്ട ഓഫീസിലോ ഉപഭോക്തൃകോടതികളിലോ പരാതിനൽകാം. പരാതിയുള്ള ഏതൊരാൾക്കും വെള്ള പേപ്പറിൽ പരാതി വിശദമായി എഴുതി ഉപഭോക്തൃ തർക്ക പരിഹാര കോടതിയിൽ നേരിട്ട് സമർപ്പിക്കാവുന്നതാണ്. പരാതിയോടൊപ്പം തെളിവായി ആവശ്യമായ രേഖകളും ചേർക്കേണ്ടതാണ്. ഇവിടെയാണ് സാധനസാമഗ്രികൾ വാങ്ങുമ്പോൾ ബില്ല് ചോദിച്ചുവാങ്ങേണ്ടതിന്റെ പ്രസക്തി വ്യക്തമാകുന്നത്.

## ചില ഗുണമേന്മ ചിഹ്നങ്ങൾ

| ചിഹ്നം                                                                              | പേര്        | ബന്ധപ്പെട്ട മേഖല                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | ISI മാർക്ക് | ബ്യൂറോ ഓഫ് ഇന്ത്യൻ സ്റ്റാൻഡേർഡ്(BIS) ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ നിശ്ചിത ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പാക്കുന്നതിന് ഐ.എസ്.ഐ മുദ്ര നൽകുന്നു. വൈദ്യുത ഉപകരണങ്ങൾ, സിമന്റ്, പേപ്പർ, പെയിന്റ്, ഗ്യാസ് സിലിണ്ടർ തുടങ്ങിയ വ്യാവസായിക ഉല്പന്നങ്ങളിൽ ഈ ചിഹ്നം കാണാം. |
|   | AGMARK      | കാർഷിക-വന ഉല്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ ഉറപ്പാക്കുന്നതിന് ഈ ചിഹ്നം ഉപയോഗിക്കുന്നു.                                                                                                                                                      |
|  | FSSAI       | ഭക്ഷ്യസുരക്ഷ ഉറപ്പാക്കുന്നു                                                                                                                                                                                                       |

ഉപഭോക്താക്കളെ ബോധവാന്മാരാക്കുന്നതിനും ഉല്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് മുമ്പുതന്നെ ഗുണമേന്മ ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനും വേണ്ടി ഉല്പന്നങ്ങളുടെ ലേബലിന്മേൽ മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലുള്ള ചില ചിഹ്നങ്ങൾ കൊടുക്കാറുണ്ട്. അവ ശ്രദ്ധിച്ചിട്ടുണ്ടോ?



ചിത്രം 4.14-ൽ കൊടുത്തിട്ടുള്ള രണ്ട് ടൂത്ത്പേസ്റ്റുകളുടെ ലേബലുകൾ പരിശോധിച്ച് അതിൽ നിന്നും കണ്ടെത്തിയ ചിഹ്നങ്ങളും അവയുടെ അർത്ഥങ്ങളും ചേർത്ത് ഒരു കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കൂ.



ചിത്രം 4.14



ഇത്തരം ചിഹ്നങ്ങൾ കൂടാതെ ഉല്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ സൂചിപ്പിക്കുന്ന മറ്റ് പല ചിഹ്നങ്ങളുമുണ്ട്. അവ കണ്ടെത്തി ഒരു പിക്ചർ ആൽബം തയ്യാറാക്കൂ.

### അശ്രദ്ധയും അറിവില്ലായ്മയും കബളിപ്പിക്കപ്പെടലും

എന്തുകൊണ്ടാണ് ഉപഭോക്താവ് കബളിപ്പിക്കപ്പെടുന്നത്? പലപ്പോഴും ഉപഭോക്താവിന്റെ അശ്രദ്ധയും അജ്ഞതയും കബളിപ്പിക്കപ്പെടലിന് കാരണമാകാറില്ലേ? താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ചോദ്യാവലിയിൽ നിങ്ങളുടെ കുടുംബത്തിന് ബാധകമായവ, രക്ഷിതാക്കളുടെ സഹായത്തോടുകൂടി മാർക്ക് ചെയ്ത് സ്വയം വിലയിരുത്തുക.

### ഉപഭോക്താക്കളുടെ അവകാശങ്ങൾ - ചോദ്യാവലി

1. സാധനസേവനങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ അളവുതൃക്കും ശരിയാണോയെന്ന് പരിശോധിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
2. വാങ്ങുന്ന ഉല്പന്നത്തിന്റെ പരമാവധി കാലയളവ് നിരീക്ഷിച്ചിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
3. സാധനങ്ങളിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയ വിലയും ബില്ലിൽ അടിച്ച വിലയും തമ്മിൽ ഒത്തുനോക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
4. കേടുപാടുകൂടിയ സാധനങ്ങൾ കടകളിൽ നിന്നും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
5. ഉല്പന്നത്തിൽ ഉപയോഗിച്ചിട്ടുള്ള ഘടകങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണെന്ന് ശ്രദ്ധിച്ചിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
6. ഉല്പന്ന ലേബലുകളിൽ നിർമ്മാണ തീയതി പരിശോധിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല

7. വാങ്ങുന്ന ഉല്പന്നത്തിന്റെ വാറന്റി/ഗ്യാരന്റി ഉണ്ടോയെന്ന് പരിശോധിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
8. ഉല്പന്നങ്ങളുടെ പുറത്ത് രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള മുന്നറിയിപ്പുകൾ വായിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
9. ഉല്പന്ന ലേബലിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ചിഹ്നങ്ങളും ചിത്രങ്ങളും അവയുടെ അർത്ഥം ഉൾക്കൊണ്ടിട്ടാണോ വാങ്ങാറുള്ളത്?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
10. ഓൺലൈൻ വഴി ഓർഡർ ചെയ്ത് കിട്ടുന്ന സാധനങ്ങൾ അവയുടെ പരസ്യത്തിൽ നൽകിയവ തന്നെയാണോയെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്താറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
11. ലീഗൽ മെട്രോളജി വിഭാഗം നിഷ്കർഷിച്ചിട്ടുള്ള തൂക്കുകുട്ടകൾക്ക് പകരമായി വഴിയോര കച്ചവടക്കാർ മറ്റെന്തെങ്കിലും വസ്തുക്കൾ ഉപയോഗിച്ച് തൂക്കത്തിൽ കൃത്രിമം കാണിക്കുന്നത് ശ്രദ്ധയിൽ പെട്ടിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
12. വാഹനത്തിൽ ഇന്ധനം നിറയ്ക്കുമ്പോൾ പെട്രോളിന്റെയും ഡീസലിന്റെയും സാദൃശ പരിശോധിച്ചിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
13. ഓട്ടോറിക്ഷയിൽ യാത്ര ചെയ്തതിന് ശേഷം മീറ്റർ റീഡിംഗിൽ കാണിക്കുന്ന യാത്രാക്കൂലി തന്നെയാണോ കൊടുക്കാറുള്ളത്?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
14. ഭിന്നശേഷി സൗഹൃദസാഹചര്യം എല്ലാ വാണിജ്യ സ്ഥാപനങ്ങളിലുമുണ്ടോ എന്ന് നോക്കിയിട്ടുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
15. സിലിണ്ടറുകളിൽ ലഭിക്കുന്ന പാചക ഇന്ധനം ഘടിപ്പിച്ച് ലീക്ക് ഇല്ലായെന്ന് വിതരണക്കാരനെയൊക്കെ പരിശോധിപ്പിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല
16. ഒരു ഉപഭോക്താവ് എന്ന നിലയിൽ നിങ്ങൾ കബളിപ്പിക്കപ്പെട്ടുവെന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞാൽ പരാതിപ്പെടാൻ ശ്രമിക്കാറുണ്ടോ?  
☐ എല്ലായ്പ്പോഴും ☐ വല്ലപ്പോഴും ☐ ഒരിക്കലുമില്ല

## ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് തങ്ങളുടെ അവകാശങ്ങൾ, ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ, ഉല്പന്നങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും തിരഞ്ഞെടുപ്പ്, വിപണിയിലെ വ്യത്യാസങ്ങൾ, ഉപഭോക്തൃ നിയമങ്ങൾ എന്നിവയെക്കുറിച്ച് അറിവ് നൽകുന്നതാണ് ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം. ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. ഉപഭോക്താവിന്റെ അവകാശങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുക.
2. ഉപഭോക്തൃ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ ബോധ്യമാക്കുക.
3. വ്യാപാരത്തിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തിൽ സുരക്ഷ ഉറപ്പാക്കുക.
4. വിപണിയിലെ ധാർമ്മികതയും ചട്ടങ്ങളും തിരിച്ചറിയുക.
5. ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണ നിയമത്തെക്കുറിച്ച് ബോധവൽക്കരണം നടത്തുക.
6. ആരോഗ്യ സുരക്ഷ ഉറപ്പാക്കുക.
7. ഉപഭോക്തൃനീതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക

ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം ഉപഭോക്താക്കളിൽ ബോധവൽക്കരണം ഉറപ്പാക്കുകയും സ്വയംസുരക്ഷാമൂല്യം ഉയർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് തട്ടിപ്പുകളിൽ നിന്നും തെറ്റായ ഇടപാടുകളിൽ നിന്നും സംരക്ഷിതരാകാൻ ഉപഭോക്താക്കളെ സഹായിക്കുന്നു.

ബോധവൽക്കരണത്തിലൂടെ മികച്ച ഉപഭോക്തൃ സമൂഹത്തെ നമുക്ക് സൃഷ്ടിക്കാം. ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം എന്നത് ഒരു പ്രത്യേക വിഷയമാക്കി പാഠ്യപദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുകയും അതിലൂടെ പ്രായോഗിക അനുഭവങ്ങൾ കുട്ടികൾക്ക് ക്ലാസിൽ അവതരിപ്പിക്കാൻ സൗകര്യം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസത്തിന് ഓൺലൈൻ കോഴ്സുകൾ ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്. വിദ്യാർത്ഥികളിൽ ഉപഭോക്തൃ അവബോധം വളർത്തുന്നതിന് സ്കൂളുകളിലെ ഉപഭോക്തൃ ക്ലബ്ബുകൾ സഹായിക്കുന്നു.



ചിത്രം 4.15

ഉണരു ഉപഭോക്താവേ... ഉണരു...



ചിത്രം 4.16



നിയമങ്ങളും നടപടികളും കൊണ്ടുമാത്രം ഉപഭോക്താക്കളുടെ സംതൃപ്തി പൂർണ്ണമായും ഉറപ്പുവരുത്താനാകില്ല. പൗരബോധമുള്ള ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൂടി ഇതിനായി വേണ്ടതുണ്ട്. എങ്ങനെയൊക്കെ ഒരു സമൂഹത്തിന് ഇക്കാര്യത്തിൽ ഇടപെടാം? ക്ലാസിൽ ഒരു ചർച്ച സംഘടിപ്പിച്ച് കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കൂ.



സംസ്ഥാന കൺസ്യൂമർ ഹെൽപ്പ്ലൈനിൽ പരാതികൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന് [consumer-affairs.kerala.gov.in](http://consumer-affairs.kerala.gov.in) എന്ന വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിക്കുക. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പരാതി നൽകാനായി 1800 425 1550, 1967, 1915 എന്നീ ടോൾഫ്രീ നമ്പറുകളിലും വിളിക്കാം.

ഉപഭോക്താക്കൾ തങ്ങളുടെ അവകാശങ്ങൾ അറിയുന്നതോ ടൊപ്പം നേരിടുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾക്കെതിരെ പരാതിപ്പെട്ട് പരിഹാരം കാണാനും പ്രാപ്തരാകേണ്ടതുണ്ട്. ആവശ്യമുള്ള സാധനസേവനങ്ങൾ മാത്രം ഉപഭോഗം നടത്തുന്ന മനോഭാവം നാം വളർത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഇത് സാധനസേവനങ്ങൾ ലഭ്യമല്ലാത്ത ജനസമൂഹത്തിന് അവ ലഭിക്കാനുള്ള അവസരമാണ് ഒരുക്കുന്നത്. ഇതുവഴി സുസ്ഥിര ഉപഭോഗവും വികസനവും കൈവരിക്കാം. ഉൽപാദകരും ഉപഭോക്താക്കളും ബന്ധപ്പെടുന്ന വ്യാപാരമേഖലയിൽ നൈതികത ഉറപ്പാക്കുന്നതിനായി ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ നിയമത്തിന് വലിയ പങ്കാണുള്ളത്. ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം ലഭിച്ച പൗരബോധമുള്ള ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ ഇടപെടൽ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണത്തിലുണ്ടാകണം.



### തുടർപ്രവർത്തനങ്ങൾ

1. nationalconsumerhelpline.gov.in എന്ന വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിച്ച് കൺസ്യൂമർ ഹാൻഡ്ബുക്കിൽ ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ലഭ്യമാകുന്ന ചിത്രങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് ഒരു ആൽബം തയ്യാറാക്കുക.
2. നിങ്ങളുടെ പ്രദേശത്തുള്ള വിവിധ വിപണികൾ സന്ദർശിച്ച് ഉപഭോക്താവിന്റെ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന താൽപര്യങ്ങൾ, ഉല്പന്നങ്ങളുടെ സ്വഭാവം, വിലയിലെ മാറ്റങ്ങൾ എന്നിവ തിരിച്ചറിയുന്നതിനുള്ള ഒരു സർവ്വേ നടത്തുക.
3. പാഠഭാഗത്ത് നൽകിയ ഉപഭോക്താക്കളുടെ അവകാശങ്ങൾ ഉൾപ്പെട്ട ചോദ്യാവലിയിൽ അനുയോജ്യമായ ചോദ്യങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർത്ത് നിങ്ങളുടെ സമീപപ്രദേശത്തുള്ള വീടുകളിൽ ഒരു സർവ്വേ നടത്തുക.



ചിത്രം 4.17

4. സ്കൂളിലെ ഉപഭോക്തൃ ക്ലബ്ബിന്റെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ ഒരു ഉപഭോക്തൃ ഹെൽപ്ഡെസ്ക് രൂപീകരിക്കുക. ഉപഭോക്താവ് കബളിപ്പിക്കപ്പെട്ടാൽ എടുക്കേണ്ട നടപടികളെക്കുറിച്ച് അധ്യാപകരുടെ സഹായത്തോടുകൂടി പൊതുജനങ്ങൾക്ക് മാർഗനിർദ്ദേശം നൽകുക.
5. നിങ്ങളുടെ സ്കൂളിലെ പൂർവവിദ്യാർത്ഥികളിൽ ആരെങ്കിലും ഉപഭോക്തൃകോടതിയിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നവരുണ്ടെങ്കിൽ അവരെ സ്കൂളിലേക്ക് ക്ഷണിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളുടെ അവകാശത്തെക്കുറിച്ച് ഒരു അഭിമുഖം സംഘടിപ്പിക്കുക.
6. സെമിനാറുകൾ, പ്രദർശനങ്ങൾ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുത്തി ഉപഭോക്തൃദിനം ഗംഭീരമായി ആചരിക്കുക.
7. ഉപഭോക്തൃ വിദ്യാഭ്യാസം പ്രചരിപ്പിക്കുവാൻ വിദ്യാർത്ഥികളായ നിങ്ങൾക്ക് എന്തൊക്കെ ചെയ്യാനാകുമെന്ന് കണ്ടെത്തി ലഘുലേഖകൾ തയ്യാറാക്കുക.
8. തെറ്റിദ്ധാരണാജനകമായ പരസ്യങ്ങൾക്ക് എതിരായി അടുത്ത കാലത്ത് ഉണ്ടായിട്ടുള്ള കോടതി നിരീക്ഷണങ്ങളും വിധിന്യായങ്ങളും പരിശോധിച്ച് കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കുക.