

इंदौर जिले के नगरीय उपभोक्ताओं में उपभोक्ता जागरूकता का अध्ययन

डॉ. ओंकार सिंह मेहता

सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य विभाग शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय खरगोन (म.प्र.)

महेंद्र नागराज

शोधार्थी, शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय खरगोन (म.प्र.)

सारांश

उपभोक्ता किसी भी देश का सबसे बड़ा आर्थिक समूह है। वे सभी आर्थिक गतिविधियों के केंद्र बिंदु हैं। उत्पादन, भंडारण और वितरण का अंतिम उद्देश्य उपभोक्ताओं की संतुष्टि के लिए वस्तुओं और सेवाओं की खपत सुनिश्चित करना है। उपभोक्ता जागरूकता का अर्थ है, विभिन्न उपभोक्ता उत्पादन कानूनों, निवारण तंत्र और उपभोक्ता अधिकारों के बारे में ज्ञान रखने के प्रति जागरूक होना। जिसमें उपभोक्ता द्वारा खरीदी गई वस्तुओं और सेवाओं से स्वास्थ्य और सुरक्षा की सुरक्षा का अधिकार, गुणवत्ता, मूल्य, शक्ति के बारे में सूचित होने का अधिकार, शुद्धता और अच्छाई का स्तर, दूसरों की विविधता में से सर्वश्रेष्ठ चुनने का अधिकार, कोई शिकायत या सुझाव होने पर प्रतिनिधित्व प्राप्त करने का अधिकार और अनुचित व्यापार व्यवहार या बेईमान शोषण के खिलाफ निवारण का अधिकार शामिल है। उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापार प्रथाओं से बचाने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 में अधिनियमित किया गया था। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम द्वारा प्रत्येक उपभोक्ता को कुछ अधिकार प्रदान किए गए हैं। प्रत्येक उपभोक्ता को उपभोक्ता के अधिकारों और दायित्वों के प्रति जागरूक होना चाहिए। प्रस्तुत अध्ययन में नगर के उपभोक्ताओं में जागरूकता का स्तर ज्ञात करने का प्रयास किया गया है। समंक एकत्र करने के लिए, मध्यप्रदेश के इंदौर जिले में 150 प्रतिदर्श उत्तरदाताओं का चयन किया गया था।

शब्द कुंजी : उपभोक्ता, उपभोक्ता संरक्षण, उपभोक्ता अधिकार, उपभोक्ता उत्तरदायित्व, इंदौर जिला, नगरीय उपभोक्ता।

● परिचय

उपभोक्ता वह है जो भुगतान की गई और आंशिक रूप से सुरक्षित या भुगतान की किसी भी प्रणाली के तहत किसी विचार के लिए किसी भी सेवा को किराए पर लेता है या प्राप्त करता है। हालाँकि हाल ही में उपभोक्ता का शोषण बेहद व्यापक रूप में हो रहा है। बहुत से प्रभावशाली और जानकारी स्रोतों के माध्यम से भी उपभोक्ता का कई तरह से शोषण किया जाता है।

दूसरी ओर, खरीदारों को न केवल बिक्री और उत्पाद प्राप्त करने के व्यावसायिक पक्षों को बल्कि स्वास्थ्य और सुरक्षा पहलू को भी ध्यान में रखना होगा। इसके अलावा, उन्हें अपने अधिकारों और कर्तव्यों को तर्कसंगत नागरिकता के रूप में ध्यान में रखना चाहिए, जैसे कि उनके द्वारा उपयोग किए जाने वाले उत्पाद का मूल्य और गुणवत्ता, सच्चे मूल्य आउटलेट, उत्पाद के मानकीकरण, ग्राहक मंचों से संबंधित आदि। जिससे ग्राहक शोषण ना हो।

वैश्वीकरण, उदारीकरण और निजीकरण के युग में, अधिकांश आर्थिक विकल्प बाजार द्वारा लिए जा रहे हैं। हालांकि, सरकार ने कई आर्थिक गतिविधियों से खुद को वापस ले लिया है, लेकिन जब बाजार तंत्र अर्थव्यवस्था के भीतर संरचनात्मक कठोरता और विभिन्न कारकों के कारण लोगों को उत्पाद और सेवाएं देने के लिए विफल हो जाता है, तो यह काफी बार सरकार हस्तक्षेप करती है। उपभोग आवश्यक आर्थिक गतिविधियों में से एक है, जिसमें नियमित सरकारी हस्तक्षेप की आवश्यकता होती है, क्योंकि बाजार खरीदारों की सुरक्षा और कल्याणकारी पहलुओं को आगे बढ़ाने में असमर्थ है। दूसरी ओर, खरीदारों को न केवल बिक्री और उत्पाद प्राप्त करने के व्यावसायिक पक्षों को बल्कि स्वास्थ्य और सुरक्षा पहलू को भी ध्यान में रखना होगा। इसके अलावा, उन्हें अपने अधिकारों और कर्तव्यों को तर्कसंगत नागरिकता के रूप में ध्यान में रखना चाहिए।

➤ उपभोक्ता अधिकार

शुरू करने के लिए सबसे पहले चार बुनियादी अधिकारों पर चर्चा करना है जो इंदौर जिले के उपभोक्ताओं को जागरूक करने में मदद करेंगे। उपभोक्ताओं के पास ये अधिकार होने से पहले, व्यवसायियों के पास अपने उत्पादों के बारे में ग्राहकों की शिकायतों को सुनने और क्षतिपूर्ति करने के लिए बहुत कम या कोई जिम्मेदारी नहीं थी।

- 1. सुरक्षा का अधिकार:** यह अधिकार उत्पाद को संदर्भित करता है, जो उपभोक्ता को शारीरिक रूप से नुकसान पहुंचा सकता है जब इसका इस्तेमाल किया गया हो। इस अधिकार ने 1972 में और अधिक ध्यान आकर्षित किया, जब अमेरिकी सरकार ने उपभोक्ता उत्पाद सुरक्षा आयोग का गठन किया, जिसने उत्पादों के लिए सुरक्षा और प्रदर्शन मानकों को स्थापित किया, उन्हें परीक्षण करने और यदि आवश्यक हो तो चेतावनी लेबल भी लगाने की अनिवार्यता कर दी। इसके विपरीत, यहां उपभोक्ता की जिम्मेदारी उत्पाद का सुरक्षित रूप से उपयोग करना, सभी निर्देशों का पालन करना और उत्पाद के संबंध में भविष्य की किसी भी चेतावनी से अवगत होना है।
- 2. सूचना प्राप्त करने का अधिकार:** यहां, कंपनी की जिम्मेदारी है कि वह सटीक और सच्ची जानकारी प्रदान करे ताकि उपभोक्ता बुद्धिमान और सूचित विकल्प चुनने में सक्षम हो। यह अधिकार सभी उत्पादों को कवर करता है, लेकिन इसका मूल उद्देश्य वित्तपोषण, विज्ञापन, लेबलिंग और पैकेजिंग के क्षेत्रों में भ्रामक जानकारी को मिटाना था। इस अधिकार के परिणामस्वरूप पारित कानून के कुछ उदाहरणों में स्वस्थ मांस अधिनियम, उधार अधिनियम में सच्चाई और उचित पैकेजिंग और लेबलिंग अधिनियम शामिल हैं। इस उत्पाद की जानकारी का विश्लेषण करने और इसे बुद्धिमानी से उपयोग करने के लिए उपभोक्ता की जिम्मेदारी है।
- 3. चुनने का अधिकार:** उपभोक्ताओं को न केवल चुनने के लिए विभिन्न प्रकार के विकल्पों का अधिकार है, बल्कि जिस वातावरण में उत्पादों और सेवाओं की पेशकश की जाती है वह स्वस्थ और निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा के लिए अनुकूल होना चाहिए। सरकार ने पेटेंट कानून,

एंटी-ट्रस्ट, और मूल्य-कटौती और गौजिंग के संबंध में कानून पारित करके इस माहौल को बढ़ावा दिया है। उपभोक्ता की जिम्मेदारी है कि वह अपने चुनाव सावधानी से करें।

4. **सुने जाने का अधिकार:** उपभोक्ताओं को अपनी शिकायतों और चिंताओं को व्यक्त करने का अधिकार है, जिसके परिणामस्वरूप न केवल सुरक्षित सामान और सेवाएं मिलती हैं, बल्कि इस सुरक्षा के संबंध में कानूनों का निर्माण भी होता है। इन शिकायतों को सुनने के लिए कोई आधिकारिक मंच नहीं है, लेकिन राज्य और संघीय अटॉर्नी जनरलों के साथ-साथ बेहतर व्यापार ब्यूरो जैसे संगठन हर समय इन स्थितियों से निपटते हैं। आवश्यकता पड़ने पर अपनी चिंता व्यक्त करना उपभोक्ता की जिम्मेदारी है।
5. **बुनियादी जरूरतों को पूरा करने का अधिकार:** लोगों को भोजन, कपड़े, आश्रय, शिक्षा, स्वास्थ्य देखभाल, स्वच्छता, पानी आदि जैसी बुनियादी मूलभूत जरूरतों तक पहुंच का अधिकार है। न केवल उपभोक्ताओं की इन आवश्यकताओं तक पहुंच होनी चाहिए, उन्हें इन वस्तुओं का स्थायी रूप से उपभोग करने के लिए पर्याप्त रूप से जिम्मेदार होना चाहिए, ताकि न केवल वे पूरी हों, बल्कि दूसरों की भी उनकी जरूरतें पूरी हो सकें।
6. **निवारण का अधिकार:** यदि किसी उपभोक्ता ने गलत बयानी, घटिया उत्पादों, या असंतोषजनक सेवाओं के कारण पैसा खो दिया है या अन्यथा ठगा हुआ महसूस किया है, तो उन्हें अपने नुकसान की भरपाई के लिए पैसे या अन्य लाभों का अनुरोध करने का अधिकार है। उनके साथ जिम्मेदारी यह है कि यदि कोई गलत किया जाता है, तो उचित मुआवजे की मांग की जाती है, ताकि किसी भी गलत काम को अस्वीकार्य किया जा सके।
7. **उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार:** खरीदारी करते समय उपभोक्ताओं को सबसे अच्छी तरह से सूचना निर्णय लेने का अधिकार है और यह जानकारी आसानी से उपलब्ध होनी चाहिए, और समझने में आसान होनी चाहिए। उचित रूप से सूचित रहना उनका कर्तव्य है क्योंकि समय के साथ उत्पादों की प्रकृति विकसित होती है और सूचना में परिवर्तन होता है।
8. **स्वस्थ पर्यावरण का अधिकार:** उपभोक्ताओं के अधिकारों और बुनियादी मानवाधिकारों से बाहर निकलते हुए, लोगों को ऐसे वातावरण में रहने और काम करने का अधिकार है जो स्वस्थ और गैर-खतरा वाला हो। यह न केवल अभी के लोगों के लिए है, बल्कि आने वाली पीढ़ियों के लिए भी है, और उनकी जिम्मेदारी है कि वे ऐसे विकल्प चुनें जो आज और कल के लोगों पर उनके पर्यावरणीय प्रभाव को कम से कम करें।

● साहित्य की समीक्षा

1. **जमुना (2016),** शीर्षक, उपभोक्ता जागरूकता और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के प्रति दृष्टिकोण के तहत खोजा गया। उपभोक्ता जागरूकता स्तर का पता लगाने के लिए अध्ययन किया गया था। अध्ययन में उत्तरदाताओं से उपभोक्ता दायित्वों के संबंध में प्रतिक्रियाएँ ली गईं। अधिकांश उत्तरदाताओं ने गारंटी और वारंटी कार्ड प्राप्त करने के लिए प्रथम स्थान दिया था। यह भी पाया गया कि 67.14 प्रतिशत उत्तरदाताओं में उपभोक्ता मंचों के बारे में जागरूकता है और 53.29 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने महसूस किया कि औपचारिकताएँ सरल

हैं। अधिकांश उत्तरदाताओं ने इस तर्क से असहमति जताई कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के साथ उपभोक्ता जागरूकता बढ़ी है। 25 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने महसूस किया कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के कारण व्यापार में वृद्धि हुई है। केवल 20 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह राय दी थी कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम ने उपभोक्ताओं के बीच गुणवत्ता जागरूकता पैदा की है।

2. **डॉ.एस.मोहन और वी.सुगंती (2015)** ने उपभोक्ता अधिकारों के बारे में ग्रामीण उपभोक्ता जागरूकता नामक अपने शोध कार्य में अध्ययन किया है। उपभोक्ता के अधिकारों के बारे में ग्रामीण उपभोक्ताओं के जागरूकता स्तर को जानने के लिए किया गया अध्ययन से पता चला कि ग्रामीण उपभोक्ताओं की आयु, शैक्षिक योग्यता, वैवाहिक स्थिति और मासिक आय और उपभोक्ता अधिकारों के बारे में उनकी जागरूकता के बीच महत्वपूर्ण संबंध है। और ग्रामीण उपभोक्ताओं के लिंग, परिवार के प्रकार, व्यवसाय और मासिक आय और उनके उपभोक्ता अधिकार जागरूकता के स्तर के बीच महत्वपूर्ण संबंध हैं।
3. **दीपिका, डी. रतन कुमारी (2014)**, छात्रों के बीच उपभोक्ता संरक्षण के कानूनी अधिनियम पर जागरूकता पर एक अध्ययन किया गया। विभिन्न उपभोक्ता संरक्षण कानूनों के प्रति छात्रों के बीच जागरूकता स्तर का पता लगाने के लिए अध्ययन किया गया था। अधिकांश उत्तरदाता भारतीय दंड संहिता, 1860 से अवगत हैं। अधिकांश उत्तरदाता विभिन्न कृत्यों से अवगत हैं। किराया खरीद अधिनियम और रेलवे दावा और न्यायाधिकरण अधिनियम के प्रति जागरूकता का निम्न स्तर सूचित किया गया था। अध्ययन में यह पाया गया कि अधिकांश छात्र समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और पाठ्यक्रम के माध्यम से जागरूकता प्राप्त कर रहे हैं। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के प्रति जागरूकता 53.3 प्रतिशत है।
4. **Suresh K.P et.al (2012)** इन्होंने कृषि विज्ञान आयोग की एक राष्ट्रीय एकेडमी ने कृषि के कमीशन के अध्ययन में भूख को मापने और खाद्य सुरक्षा के संबंध की आलोचना की, यह स्पष्ट नहीं है कि क्या भूख को खाद्य सुरक्षा पैमाने के चरम अंत की उचित पहचान है आर्थिक दृष्टिकोण विकासशील देशों में सुरक्षित रहने वाले भोजन को बेहतर बनाने के लिए दो दृष्टिकोण दिए गए हैं (1) खाद्य न्याय, (2) खाद्य संप्रभुता।
5. **पाटिल अशोक (2011)** इन्होंने निष्कर्ष निकाला है कि यह एक ज्ञात तथ्य है कि लोगों की भागीदारी के बिना, सरकार, एक अकेला संगठन उपभोक्ताओं को दोषपूर्ण उत्पादों से नहीं बचा सकता है। उपभोक्ताओं की देखभाल के लिए बहुत सारे कानून हैं और उनकी संख्या लगातार बढ़ रही है। हालाँकि यह कहा जाता है कि उनकी प्रभावशीलता उपभोक्ताओं की सतर्कता और उनके कार्यान्वयन में अधिकारियों की ईमानदारी पर निर्भर करती है।
6. **Chandra AK (2011)** इस शोधपत्र में यह कहा गया कि मौजूदा कानूनों के विपरीत, जो दंडात्मक या निवारक प्रकृति हैं, इस अधिनियम के प्रावधान प्रकृति में प्रतिपूरक हैं। इस अधिनियम का उद्देश्य उपभोक्ताओं की शिकायतों को सरल, शीघ्र और सस्ती निवारण प्रदान करना है, और जहां भी उपभोक्ता को उचित हो, एक विशिष्ट प्रकृति और मुआवजे के

पुरस्कार से राहत प्रदान करना है। उपभोक्तावाद प्रमुख व्यावसायिक निर्णयों को प्रभावित करने वाले पर्यावरणीय बल के रूप में तेजी से उभर रहा है क्योंकि उपभोक्ता अपने अधिकारों के बारे में अधिक जागरूक हो गए हैं। भले ही भारत में अनुचित व्यापारिक प्रथाओं पर अंकुश लगाने, उपभोक्ता हितों की रक्षा के लिए और उपभोक्तावाद को बढ़ावा देने के लिए व्यापक वैधानिक उपाय उपलब्ध कराए गए हैं; कंपनियों को अभी बहुत कुछ करना है। चंद्रा ने जिला रायपुर से प्रतिदर्श खरीदकर और खरीदे गए सामानों से असंतोष के मामले में उनकी कार्रवाई के माध्यम से उपभोक्ता अधिकारों और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के बारे में उपभोक्ता जागरूकता और धारणा का विश्लेषण किया।

7. **रुचिरा शुक्ला (2011)** यह कहती है कि खाद्य प्रसंस्करण क्षेत्र भारत सरकार के समग्र विकास के लिए अपरिहार्य है क्योंकि यह कृषि और उद्योग के बीच महत्वपूर्ण संबंध और तालमेल प्रदान करता है। यह किसानों, ग्रामीण औद्योगीकरण, ग्रामीण रोजगार, उपभोक्ताओं को बेहतर गुणवत्ता वाले उत्पादों के लिए आय में वृद्धि करता है।

- **अध्ययन की आवश्यकता**

उपभोक्ता जागरूकता का अर्थ है विभिन्न उपभोक्ता संरक्षण कानूनों, निवारण तंत्र और उपभोक्ता के बारे में जागरूक होना और ज्ञान होना जिसमें उपभोक्ता द्वारा खरीदे जाने वाले सामानों और सेवाओं से स्वास्थ्य और सुरक्षा की सुरक्षा के अधिकार शामिल हैं; माल की गुणवत्ता, मात्रा, मूल्य, शक्ति, शुद्धता और मानक के बारे में सूचित होने का अधिकार; विभिन्न प्रकार के प्रस्तावों में से सर्वश्रेष्ठ चुनने का अधिकार, उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार; यदि कोई शिकायत या सुझाव है तो प्रतिनिधित्व प्राप्त करने का अधिकार, और अनुचित व्यापार प्रथाओं या उपभोक्ताओं के बेईमान शोषण के खिलाफ निवारण का अधिकार। उपभोक्ता जागरूकता का यह अध्ययन इस बात का अध्ययन है कि व्यक्ति उपभोग से संबंधित वस्तुओं पर धन, समय और प्रयास के अपने उपलब्ध संसाधन को खर्च करने का निर्णय कैसे लेते हैं।

- **अध्ययन का उद्देश्य**

1. भारत में मौजूदा उपभोक्ता अधिकार और संरक्षण ढांचे की समीक्षा करना।
2. उपभोक्ता अधिकारों के प्रति उपभोक्ताओं के जागरूकता स्तर का विश्लेषण करना।

- **अध्ययन की सीमाएं**

समंक संग्रह मध्यप्रदेश के इंदौर जिले में सीमित था। अध्ययन में, उपभोक्ता अधिकारों और उपभोक्ता संरक्षण कानूनों के प्रति उपभोक्ता के जागरूकता स्तर का अध्ययन किया गया।



- परिकल्पनाएँ
 1. उपभोक्ता जागरूकता और उपभोक्ता अधिकारों के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।
 2. उपभोक्ता संरक्षण और उपभोक्ता अधिकारों के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।
- अनुसंधान क्रियाविधि
 1. प्राथमिक समंक: संरचित प्रश्नावली के माध्यम से लक्षित उत्तरदाताओं से एकत्र किया गया समंक।
 2. माध्यमिक समंक: विभिन्न स्रोतों जैसे पत्रिकाओं, पुस्तकों, पत्रिकाओं, प्रकाशनों, रिपोर्ट और इंटरनेट से एकत्र किया गया समंक।
 3. प्रतिदर्श आकार: 150
 4. प्रतिदर्शकरण विधि: सुविधा प्रतिदर्शकरण
- समंक विश्लेषण और व्याख्या

तालिका: 1
उत्तरदाताओं की आयु

आयु	आवृत्ति	प्रतिशत
18-28 वर्ष	45	30.0

28-38 वर्ष	36	24.0
38- 48 वर्ष	40	26.7
48 वर्ष से अधिक	29	19.3
कुल	150	100.0

स्त्रोत-प्राथमिक समंक

उपरोक्त तालिका इंगित करती है कि 150 उत्तरदाताओं में से 26.67 प्रतिशत उत्तरदाता 38-48 वर्ष की श्रेणी के अंतर्गत , एवं 20 प्रतिशत उत्तरदाता 48 वर्ष से अधिक की श्रेणी में आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता 18-28 वर्ष में आते हैं।

तालिका: 2
उत्तरदाताओं का लिंग

लिंग	आवृत्ति	प्रतिशत
पुरुष	76	50.7
महिला	74	49.3
कुल	150	100.0

स्त्रोत-प्राथमिक समंक

उपरोक्त तालिका दर्शाती है कि 150 उत्तरदाताओं में से 50.67 प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष की श्रेणी में आते हैं, 49.3 प्रतिशत महिला की श्रेणी में आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता पुरुषों में आते हैं।

तालिका: 3
उत्तरदाताओं की शैक्षिक योग्यता

शिक्षा	आवृत्ति	प्रतिशत
स्नातक	38	25.3
स्नातकोत्तर	53	35.3
अन्य	59	39.3
कुल	150	100.0

स्त्रोत-प्राथमिक समंक

उपरोक्त तालिका इंगित करती है कि 150 उत्तरदाताओं में से 39.33 प्रतिशत अन्य की श्रेणी के अंतर्गत आते हैं, 25.33 प्रतिशत यूजी स्तर की श्रेणी के अंतर्गत आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता अन्य के स्तर पर आते हैं।

तालिका: 4

उपभोक्ता अधिकार जागरूकता माप * जागरूकता Crosstabulation						
			जागरूकता			कुल
			पूरी तरह से जागरूक	आंशिक रूप से जागरूक	जागरूकता के बारे में पता नहीं	
उपभोक्ता अधिकार जागरूकता माप	सुरक्षा का अधिकार	Count	63	52	35	150
		%	42.0%	34.7%	23.3%	100.0%
	सूचना का अधिकार	Count	55	57	38	150
		%	36.7%	38.0%	25.3%	100.0%
	चुनने का अधिकार	Count	53	43	54	150
		%	35.3%	28.7%	36.0%	100.0%
	सुनवाई का अधिकार	Count	59	49	42	150
		%	39.3%	32.7%	28.0%	100.0%
	निवारण मांगने	Count	49	43	58	150
		%	32.7%	28.7%	38.6%	100.0%

	का अधिकार	%	32.7%	28.7%	38.7%	100.0%
	बुनियादी जरूरतों का अधिकार	Count	28	47	75	150
		%	18.7%	31.3%	50.0%	100.0%
	उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार	Count	48	39	63	150
		%	32.0%	26.0%	42.0%	100.0%
	स्वस्थ पर्यावरण का अधिकार	Count	61	50	39	150
		%	40.7%	33.3%	26.0%	100.0%

उपभोक्ता अधिकार जागरूकता को मापा जा सकता है। 39.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं को 'सुने जाने के अधिकार' के बारे में पूरी जानकारी है। लगभग 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं को "सुरक्षा का अधिकार", "सूचित होने का अधिकार", "चुनने का अधिकार" के बारे में पूरी जानकारी है। 32.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं को 'निवारण प्राप्त करने का अधिकार' के बारे में पूर्ण जागरूकता है। केवल 18.7 प्रतिशत उत्तरदाता ही 'बुनियादी जरूरतों के अधिकार' के बारे में पूरी तरह से जागरूक हैं। यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि औसतन 36 प्रतिशत उत्तरदाता अपने अधिकारों के प्रति पूरी तरह जागरूक हैं। 33 प्रतिशत उत्तरदाता आंशिक रूप से उपभोक्ता अधिकारों से अवगत हैं और 31 प्रतिशत उत्तरदाता उपभोक्ता अधिकारों से अनजान हैं। यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि मध्यप्रदेश के इंदौर जिले में उपभोक्ताओं के बीच उपभोक्ता अधिकार जागरूकता मध्यम है।

➤ परिकल्पना परीक्षण :-

- उपभोक्ता जागरूकता और उपभोक्ता अधिकारों के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।

उपभोक्ता अधिकार जागरूकता माप * जागरूकता Crosstabulation		
	जागरूकता	कुल

			पूरी तरह से जागरूक	आंशिक रूप से जागरूक	जागरूक ता के बारे में पता नहीं	
उपभोक्ता अधिकार जागरूकता माप	सुरक्षा का अधिकार	Count	63	52	35	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	सूचना का अधिकार	Count	55	57	38	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	चुनने का अधिकार	Count	53	43	54	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	सुनवाई का अधिकार	Count	59	49	42	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	निवारण मांगने का अधिकार	Count	49	43	58	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	बुनियादी जरूरतों का अधिकार	Count	28	47	75	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार	Count	48	39	63	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0
	स्वस्थ पर्यावरण का अधिकार	Count	61	50	39	150
		Expected Count	52.0	47.5	50.5	150.0

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.699 ^a	14	.000
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 47.50.			

उपयुक्त तालिका में काई-स्क्वायर माप (14, 1 N =150) = 49.699, $p < 0.05$ ($p = 0.000$) को दर्शाता है। अतः उपभोक्ता जागरूकता और उपभोक्ता अधिकारों के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है यह परिकल्पना अस्वीकृत की जाती है।

● निष्कर्ष

शोधपत्र के अध्ययन ने शोधकर्ता को कुछ निष्कर्षों पर पहुंचने में मदद की है और निष्कर्षों के आधार पर उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को आम नागरिकों के लिए अधिक प्रभावी और सार्थक बनाने के लिए उपभोक्ताओं के बीच जागरूकता और इच्छा को सुधारने और लाने के लिए रचनात्मक और यथार्थवादी सिफारिशें देने में मदद मिली है।

प्रश्नावली के आधार पर निष्कर्ष

1. 150 उत्तरदाताओं में से 26.67 प्रतिशत उत्तरदाता 38–48 वर्ष की श्रेणी के अंतर्गत , एवं 20 प्रतिशत उत्तरदाता 48 वर्ष से अधिक की श्रेणी में आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता 18–28 वर्ष में आते हैं।
2. 150 उत्तरदाताओं में से 50.67 प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष की श्रेणी में आते हैं, 49.3 प्रतिशत महिला की श्रेणी में आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता पुरुषों में आते हैं।
3. 150 उत्तरदाताओं में से 39.33 प्रतिशत अन्य की श्रेणी के अंतर्गत आते हैं, 25.33 प्रतिशत यूजी स्तर की श्रेणी के अंतर्गत आते हैं। इस प्रकार अधिकांश उत्तरदाता अन्य के स्तर पर आते हैं।
4. उपभोक्ता अधिकार जागरूकता को मापा जा सकता है। 39.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं को 'सुने जाने के अधिकार' के बारे में पूरी जानकारी है। लगभग 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं को "सुरक्षा का अधिकार", "सूचित होने का अधिकार", "चुनने का अधिकार" के बारे में पूरी जानकारी है। 32.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं को 'निवारण प्राप्त करने का अधिकार' के बारे में पूर्ण जागरूकता है। केवल 18.7 प्रतिशत उत्तरदाता ही 'बुनियादी जरूरतों के अधिकार' के बारे में पूरी तरह से जागरूक हैं। यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि औसतन 36 प्रतिशत उत्तरदाता अपने अधिकारों के प्रति पूरी तरह जागरूक हैं। 33 प्रतिशत उत्तरदाता आंशिक रूप से उपभोक्ता अधिकारों से अवगत हैं और 31 प्रतिशत उत्तरदाता उपभोक्ता अधिकारों से अनजान

हैं। यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि मध्यप्रदेश के इंदौर जिले में उपभोक्ताओं के बीच उपभोक्ता अधिकार जागरूकता मध्यम है।

साक्षात्कार के आधार पर निष्कर्ष:

1. उपभोक्ता अदालतें विवादों को सुलझाने में काफी समय लेती हैं।
2. कानूनी जानकार जो प्रतिवादियों का प्रतिनिधित्व करने के लिए आते हैं, मंच का बहुत सारा समय तर्क-वितर्क में बर्बाद करते हैं जो आवश्यक नहीं है।
3. आधारभूत संरचना यानी जनसंख्या घनत्व के अनुसार मंचों की संख्या अपर्याप्त पाई जाती है, विशेष रूप से महानगरीय शहरों जैसे मुंबई, दिल्ली, कोलकाता आदि में।
4. शिकायतों को स्वीकार करने और स्वीकार करने की प्रक्रिया और प्रक्रिया अनावश्यक रूप से लंबी हो जाती है क्योंकि शिकायत दर्ज करने की पद्धति में तकनीकी खराबी होती है, जो आम उपभोक्ता को परेशान करती है और इच्छुक होने पर भी उसे अपनी शिकायत वापस लेने के लिए मजबूर करती है।
5. खुदरा विक्रेता उपभोक्ता और व्यवसायियों के बीच मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है और इसके परिणामस्वरूप उपभोक्ता मंचों में शिकायतों की संख्या में कमी आई है।
6. शिकायत दर्ज करने की प्रक्रिया थकाऊ होने के कारण समय की भारी हानि होती है।

● सुझाव:

उपभोक्ता शिक्षा:

1. जिस समूह को प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है और युद्ध स्तर पर बच्चे और किशोर होते हैं, क्योंकि वे ऐसे समूह हैं जिन्हें बदमाश व्यवसायी द्वारा लक्षित किया जाता है क्योंकि वे भोले-भाले होते हैं और उनके पास बड़ी मात्रा में अधिशेष धन होता है। यह समूह भावनात्मक रूप से वह समूह भी है जो अपने बड़ों की खरीद को प्रभावित करता है। चूंकि ये किशोर समय के साथ भविष्य के माता-पिता बनने वाले हैं, इसलिए उपभोक्ता शिक्षा में उनकी भूमिका महत्वपूर्ण हो जाती है।
2. उपभोक्ता शिक्षा कम उम्र में शुरू होनी चाहिए, इसे आजीवन सीखने या स्कूली पाठ्यक्रम के लिए शैक्षिक कार्यक्रम में शामिल किया जाना चाहिए, जहां उपयुक्त हो।
3. उपभोक्ता शिक्षा के उद्देश्यों, सामग्री और वितरण को प्रौद्योगिकी में नवाचार, विशेष रूप से मोबाइल प्रौद्योगिकियों के तेजी से विस्तार के साथ तालमेल रखना चाहिए।

REFERENCES

1. Niraj Kumar, Consumer Protection Law and Practice (2012), Himalaya Publishing House, Mumbai.
2. P.K.Majumder, Law of Consumer Protection in India, Orient Publishing Company, New Delhi, 1995.
3. Gupta, S.P., and Gupta M.P., "Business Statistics", Sultan Chand, vol14, 2006.
4. <https://rccp.gov.in/consumerprotection-india.php>
5. <http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol19-issue7>.

6. Neelam Singh (2001), Consumer Protection: Developed Vs Developing, Upabhokta Jaaran, P-35.
7. Lydia C. Medeirosa, Virginia N. Hillersb, Patricia A. Kendallc, April Masond (2001) खाद्य सुरक्षा शिक्षा: उपभोक्ताओं को हमें क्या सिखाना चाहिए? Journal of Nutrition Education, P-108 113.
8. Amrik Singh Sudan(2002), Activating Consumer Movement: A case study of Division Consumer Forum, Jammu (J&K state), Indian journal of marketing, P-5.
9. Lokhande.M.A (2006), उपभोक्ता जागरूकता जालना शहर का एक केस स्टडी, Indian Journal of Marketing, P-27.
10. Shrimant F.Tangade and Basavaraj C.S (2006), उपभोक्ता संरक्षण कानून और उपभोक्ता फोरम के बारे में धारणाएँ: गुलबर्गा जिले के शिकायतकर्ता उपभोक्ताओं का एक अनुभवजन्य अध्ययन, Indian Journal of Marketing, June 2006 P-35.
11. Patil Ashok (2011) उत्पाद सुरक्षा और रखरखाव के माध्यम से उपभोक्ता संरक्षण पर एक अध्ययन. ASLI Working paper No.023.
12. Chandra A.K (2011) उपभोक्ता की धारणा और उपभोक्ता अधिकारों और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के बारे में जागरूकता: जिला रायपुर में एक अध्ययन(C.G) The International journal s Research Journal of Social Sciences and Management , pp.59-69
13. रुचिरा शुक्ला (2011). कृषि और खाद्य प्रसंस्करण उद्योग, P-14.48
14. Suresh K.P, Naik S.N, Anil Kumar and Shamaraj (2012). India Towards food security, P-11.

Websites

1. (www.businessmanagementideas.com/hi/essays/business-law/need-for-consumer-protection-essay-india-law/12348) (visited on 12/01/2021)
2. (www.food.mp.gov.in) (visited on 15/01/2021)
3. (<https://khargone.nic.in>) (visited on 20/02/2021)
4. www.rkalert.in/world-consumer-rights (visited on 12/03/2021)