একাদশ অধ্যায়
ভোক্তাৰ সুৰক্ষা আৰু শিক্ষা
(Consumer Protection & Education)

১১.১ পাতনি (Introduction) ঃ

আমাৰ দৈনন্দিন জীৱনত বহুত সামগ্ৰীৰ প্ৰয়োজন হয় আৰু ইয়াৰ বেছিভাগেই বিশেষকৈ চহৰ, নগৰ অঞ্চলৰ বাসিন্দাই ক্ৰয় কৰে। সকলো গ্ৰাম্য অঞ্চলৰ বাসিন্দাই কিছুসংখ্যক সামগ্ৰী নিজে উৎপাদন কৰি লয়। বাকী অংশ বজাৰৰ পৰা ক্ৰয় কৰে। সেয়েহে যি সকলে ক্ৰয় কৰে তেওঁলোকক ক্ৰেতা আৰু যিসকলে উৎপাদন কৰে তেওঁলোকক উৎপাদক আৰু যি সকল উৎপাদকৰ পৰা আনি বজাৰত উলিয়াই বিক্ৰী কৰে তেওঁলোকক বিক্ৰেতা বুলি কোৱা হয়।

আজিকালি বজাৰত একেটা সামগ্ৰীকেই বিভিন্ন নামত বা ব্ৰেণ্ডত পোৱা যায়। ধৰা তোমালোকে পুৱা চাহৰ লগত খোৱা বিস্কুট বহুত ব্ৰেণ্ডৰ আছে। কোনটো ব্ৰেণ্ড ভাল কেনেকৈ গম পাবা? কেতিয়াবা একেটা বস্তুৰ দাম বিভিন্ন ঠাইত বিভিন্ন হোৱা দেখা যায়, এনে কিয় হয়? কেতিয়াবা বেছি দামত নিম্ন মানৰ সামগ্ৰী কিনিব লগা হয় ইত্যাদি ক্ৰেতাই নানান সমস্যাৰ সন্মুখীন হ'ব লগাত পৰে। এনেবোৰ সমস্যা কেনেদৰে সমাধান কৰিবা? তাক জানো আহা।

এই পাঠটি পঢ়াৰ পিছত তলত দিয়া বিষয়সমূহ জানিবলৈ সক্ষম হবা,

- গ্ৰাহক বা ভোক্তাৰ ধাৰণা
- গ্ৰাহকে সন্মুখীন হোৱা সমস্যাৱাজি
- ভোক্তাৰ শিক্ষা
- ভোক্তাৰ দায়িত্ব আৰু কৰ্ত্তব্য
- গ্ৰাহক সুৰক্ষা আইন
- ভোক্তাৰ সজুঁলি

১১.১ (ক) গ্ৰাহক বা ভোক্তাৰ ধাৰণা, অৰ্থ (Meaning, Concept of Consumer) ঃ

সকলো মানুহ যেনে সৰু ল'ৰা-ছোৱালী, বয়স্কলোক, তোমালোক সকলোৱেই একো একোজন ভোক্তা বা গ্ৰাহক। কিয়নো আমি সকলোৱে ভোগ কাৰ্য সম্পাদনা কৰো। ব্যক্তিয়ে নিজৰ প্ৰয়োজন পূৰাবৰ কাৰণে পণ্যসামগ্ৰী, সেৱা আদি ভোগ কৰে আৰু এনে সামগ্ৰী, সেৱাবোৰৰ চাহিদা সৃষ্টি কৰে। এই চাহিদাৰ ওপৰত লক্ষ্য ৰাখিয়েই উৎপাদকে সামগ্ৰী উৎপাদন কৰে আৰু সেৱাদাতাই সেৱা আগবঢ়ায়। আমি ভোক্তাৰ সংজ্ঞা এনেদৰে দিব পাৰো।

> 'ভোগ কাৰ্য সম্পাদনা কৰা বা সেৱাগ্ৰহণ কৰা ব্যক্তিয়েই হ'ল ভোক্তা'।

কোনো কোনোৱে ভোক্তাৰ সংজ্ঞা তলত দিয়া ধৰণে দাঙি ধৰিছে। ভোক্তা হ'ল— "এনে ব্যক্তি যি প্ৰয়োজন পূৰণ কৰি সন্তোষ লভিবৰ বাবে সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰে, ব্যৱহাৰ কৰে আৰু সেৱা গ্ৰহণ কৰে।"

আমি সকলোৱেই একো একোজন ভোক্তা। তোমাৰ প্ৰয়োজনীয় পোছাক, কলম বহী, কিতাপ বজাৰৰ পৰা ক্ৰয় কৰা, স্কুল বা কলেজলৈ বাছ, অটো, ট্ৰেকাৰ আদিত অহা যোৱা কৰা। সেয়েহে তুমি হ'লা এজন ভোক্তা বা গ্ৰাহক। তোমাৰ দৰে সকলোৱেই হ'ল ভোক্তা। আনকি উৎপাদক সকলেও উৎপাদনৰ বাবে কেতবোৰ সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰে। তেওঁলোকেও সেই সামগ্ৰীবোৰৰ গ্ৰাহক বা ভোক্তা। এতিয়া নিশ্চয় গম পালা ভোক্তা কোন।

উপভোক্তা	⟶	সামগ্ৰী চাহিদা কৰে	⟶	উৎপাদকক
উৎপাদকে	⟶	সামগ্ৰীৰ যোগান ধৰে	⟶	গ্ৰাহকক

যদি উৎপাদকে ভোক্তাই বিচৰামতে সামগ্ৰীৰ যোগান ধৰিব নোৱাৰে তেতিয়া সামগ্ৰীটো বজাৰৰ পৰা প্ৰত্যাহাৰ হ'ব আৰু তেতিয়া লোকচান হ'ব। সেয়েহে জাতিৰ পিতা মহাত্মা গান্ধীৰ ভাষাত এখন ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানৰ ভোক্তা হ'ল এজন ব্যক্তি, তেওঁ ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানৰ ওপৰত নিৰ্ভৰ নকৰে, প্ৰতিষ্ঠানটোৱেহে তেওঁৰ ওপৰত নিৰ্ভৰ কৰে। তেওঁ হ'ল প্ৰতিষ্ঠানটোৰ এক অংশ, তেওঁক বস্তু দি ব্যৱসায়টোৱে সহায় বা অনুগ্ৰহ কৰা নাই, তেওঁহে ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানটোক সুবিধা দি সহায় কৰিছে।

উন্নত দেশসমূহত সেয়েহে ভোক্তাক বজাৰৰ নিৰ্ণায়ক বা ৰজা বুলি আখ্যা দিয়া হয়। কিন্তু উন্নয়নশীল দেশসমূহত, আমাৰ ভাৰততো ভোক্তা সকলে বিভিন্ন সমস্যাৰ সন্মুখীন হোৱা দেখা যায় আৰু বজাৰত তেওঁৰ কোনো মাতেই নাথাকে। আনহাতে উৎপাদক বা ব্যৱসায়ী গোষ্ঠীয়ে উচ্চস্থান লয়।

১১.১ (খ) ভোক্তাৰ সমস্যা (Problems of Consumer)

আগতেই কোৱা হৈছে যে ভোক্তাই সামগ্ৰীৰ চাহিদাৰ সৃষ্টি কৰে আৰু তাৰ ওপৰত ভিত্তি কৰিয়েই উৎপাদকে সামগ্ৰীৰ আকাৰ, ৰং, মসৃণতা আদি নিৰ্ধাৰণ কৰে আৰু ব্যৱসায়ীয়ে যোগান ধৰে, অৰ্থাৎ গ্ৰাহক হ'ল বস্তু বা দ্ৰব্যৰ বজাৰৰ নিৰ্ণায়ক। উন্নত দেশসমূহৰ গ্ৰাহকক বজাৰৰ ৰজা (king) বুলি আখ্যা দিয়া হয়। কিন্তু আমাৰ দেশৰ দৰে উন্নয়নশীল দেশসমূহৰ ভোক্তাই যথেষ্ট সমস্যাৰ সন্মুখীন হয়। ইয়াৰ বহুত কাৰণ আছে।

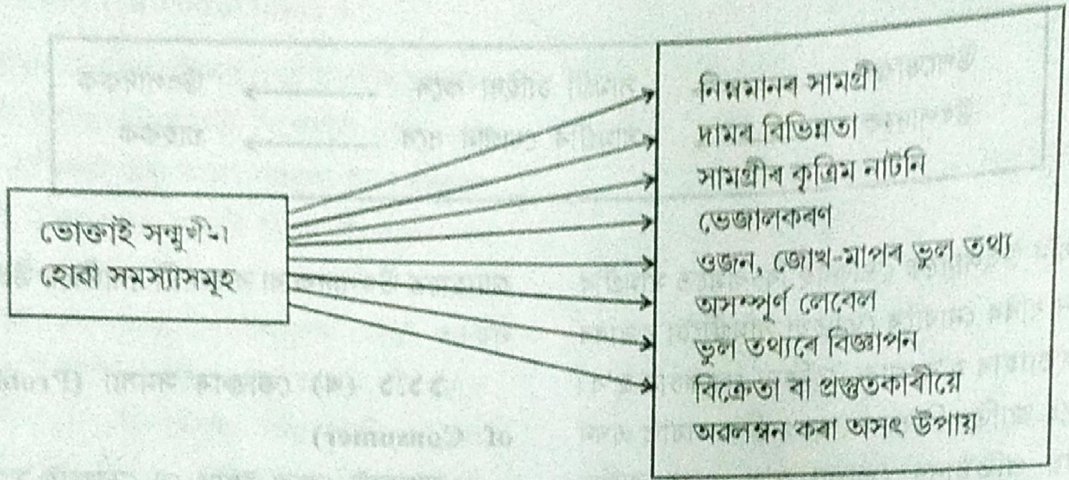
উৎপাদক আৰু ভোক্তাৰ মাজত এক ওতপ্ৰোত সম্বন্ধ আছে। ভোক্তাৰ চাহিদা মতে উৎপাদকে উৎপাদন কৰে আৰু যদি উৎপাদকে উৎপাদন আৰু

যোগান নথকে তেতিয়া ভোক্তাই ভোগ কৰিব নোৱাৰিব।

ভোক্তাই সন্মুখীন হোৱা সমস্যাবাজি হ'ল— নিম্নমানৰ সামগ্ৰীৰ দামৰ পাৰ্থক্য বা বিভিন্নতা, ওজনৰ হেৰফেৰ, ভেজাল কৰা সামগ্ৰী, কৃত্ৰিম নাটনি কৰি অধিক দামত ক্ৰয়, ভুল তথ্যৰে বিজ্ঞাপন, অসম্পূৰ্ণ লেবেল, ভুৱা প্ৰতিষ্ঠান, ভোক্তাৰ আকৰ্ষণৰ বাবে উপহাৰ প্ৰদান ইত্যাদি।

তোমালোকে হয়তো এইটো মন কৰিছা বহুত ক্ষেত্ৰত বিক্ৰেতাই অধিক লাভৰ আশাত বেছি দাম লয়। ডাঙৰ ডাঙৰ দোকানত বিভিন্ন ধৰণৰ খৰচ থাকে, যেনে— বিজ্ঞাপন, কৰ, বিক্ৰী বৃদ্ধিৰ বাবে হাতত লোৱা নানান আঁচনি আদিৰ খৰচ দামৰ লগতে সামৰি লোৱা বস্তুৰ দাম বাঢ়ি যায়।

৩) সামগ্ৰীৰ নাটনি ঃ বজাৰত সামগ্ৰীৰ নিয়মীয়া যোগান নথকাৰ ফলত কৃত্ৰিম নাটনি হয়, কিন্তু



১) নিম্নমানৰ সামগ্ৰী ঃ বৰ্তমান ব্যৱসায়বোৰত নানা ধৰণৰ সামগ্ৰী পোৱা যায়। এই সামগ্ৰীবোৰৰ কিছুমান অতি নিম্নমানৰ থাকে। ব্যৱসায়ীয়ে তেনে সামগ্ৰীবোৰ আকৰ্ষণীয় কৰি, লাভৰ অধিক আশা কৰি ভোক্তাক বিক্ৰী কৰে। যি সকল ভোক্তাৰ সামগ্ৰীৰ বিষয়ে জ্ঞান নাথাকে আৰু সীমিত পৰিমাণৰ পইছা থাকে, তেতিয়া ব্যৱসায়ীয়ে ইয়াৰ সুবিধা গ্ৰহণ কৰি নিম্নমানৰ সামগ্ৰীকে বিক্ৰী কৰে।

২) দামৰ বিভিন্নতা ঃ একেটা সামগ্ৰী বিভিন্ন বজাৰত বিভিন্ন দামত বিক্ৰী কৰা দেখা যায়।

সামগ্ৰীটোৰ চাহিদা থাকেই। সেই সময়ত বিক্ৰেতাই দাম বঢ়াই দিয়ে। এইয়া ইচ্ছাকৃত হয়, কিয়নো তেওঁলোকে অধিক লাভ পাবৰ বাবে সামগ্ৰীটোৰ কৃত্ৰিম নাটনি কৰি দিয়ে।

৪) ভেজাল কৰণ ঃ ই এক ডাঙৰ বা গভীৰ সমস্যা। তোমালোকে হয়তো সামগ্ৰী ভেজালকৰণৰ বিষয়ে শুনিছা। ভেজাল কৰণ হ'ল এনে এক পদ্ধতি য'ত মূল সামগ্ৰীটোৰ লগত নানান পদাৰ্থ মিহলাই বা মূল উপাদান আঁতৰাই পেলোৱা হয়, যিটোৰে সামগ্ৰীটোৰ গঠন, গুণাগুণ, সলনি কৰি পেলায়।

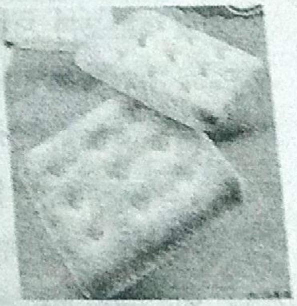
গাখীৰত পানী, ভাতৰ মাৰ, চাউল দালিত শিলগুটি, জিৰাৰ লগত বনগুটি, জালুকত অমিতাৰ গুটি আদি মিহলাই খাদ্য ভেজাল কৰা দেখা যায়। ভোক্তাৰ এইবোৰৰ বিষয়ে জ্ঞান নথকাত সুবিধা লৈ বিক্ৰেতাই ভোক্তাক অধিক দামত এনেবোৰ সামগ্ৰী বিক্ৰী কৰে।

৫) ওজন, জোখ-মাপৰ ভুল তথ্য ঃ তোমালোকে কেতিয়াবা বস্তু কিনোতে ওজনটো চোৱানে? বেছিভাগ ক্ৰেতাই এই দিশটো মন নকৰে। সেয়েহে বিক্ৰেতাই এই ক্ষেত্ৰত বিভিন্ন ধৰণেৰে গ্ৰাহকক ঠগে। যেনে— ওজনৰ দগাবোৰৰ ভিতৰখন ফোপোলা কৰি থয়, দগাৰ পৰিৱৰ্তে শিলগুটি বা ইটাৰ টুকুৰা লয় বা দগাটো ওজন আৰু জোখ-মাপ বিভাগৰ দ্বাৰা দাগ মৰা নলয়, যাতে সামগ্ৰীৰ ওজন লওঁতে, ওজনত সামগ্ৰী মাৰিব পাৰে।

কোনো কোনো বিক্ৰেতাই তৰ্জ্জুখন সঠিকৈ ব্যৱহাৰ নকৰে। তৰ্জ্জু বা তুলাচনীৰ এটা ফালে মেগনেট বা লোহাৰ ৰিং লগাই লয়, যাতে সেই ফালটোৰ ওজন বাঢ়ি যায়। কেতিয়াবা তৰ্জুৰ বীমডাল সমানে ভাগ কৰা নহয়। তৰ্জ্জুখনত দুইফালৰ ৰছী সমান দীঘল নহয়, কিছুমানত পইন্টাৰ ডাল নাথাকে। আকৌ টেবুলত থোৱা বিধৰ ক্ষেত্ৰত অসমান ঠাইত থৈ জোখ মাখ লয়। গাখীৰ আদি জুলীয়া সামগ্ৰীৰ জোখ মাখ লওঁতে পাত্ৰত তলৰ ভাগ ওপৰলৈ উঠা বা গধুৰ ইত্যাদি নানান উপায় অৱলম্বন কৰি গ্ৰাহকক বিক্ৰী কৰা দেখা যায়।

৬) ভুল তথ্যৰ বিজ্ঞাপন ঃ বহুত সময়ত বিক্ৰেতাই বা প্ৰস্তুতকৰ্তাই সামগ্ৰীৰ ভুল তথ্যও বিজ্ঞাপনত দাঙি ধৰে। আজিকালি একেটা সামগ্ৰী বহুতো প্ৰস্তুতকাৰীয়ে প্ৰস্তুত কৰে আৰু নিতৌ নতুন ধৰণৰ সামগ্ৰীৰে বজাৰখন ভৰাই পেলোৱা দেখা যায়। প্ৰস্তুতকাৰীসকলে তেওঁলোকৰ সামগ্ৰী বিক্ৰী যাবৰ বাবে নানান উপায় অৱলম্বন কৰিবলগীয়া হয়, তেতিয়া ক্ৰেতাক বা গ্ৰাহকক আকৰ্ষণ কৰিবৰ বাবে বস্তুৰ গুণাগুণ আৰু ব্যৱহাৰৰ বিষয়েও বিজ্ঞাপন দিয়ে। কিন্তু সামগ্ৰীটো ব্যৱহাৰ কৰিলে দেখা যায় বিজ্ঞাপন দিয়া ধৰণৰ নহয়। তোমালোকে বাৰু এনেকুৱা সমস্যাৰ সন্মুখীন হৈছানে? হয়তো হৈছা, কিন্তু গম নাপাবও পাৰা। বহুত সময়ত গ্ৰাহকৰ অজ্ঞতা আৰু অমনযোগিতাৰ কাৰণে বিক্ৰেতাই, প্ৰস্তুতকাৰী সকলে সুবিধা পায়।

৭) ভুল তথ্যৰ বা অসম্পূৰ্ণ লেবেল ঃ সাধাৰণতে সামগ্ৰীৰ ওপৰত ব্যৱহাৰ কৰা লেবেল খনত সামগ্ৰীটোৰ বিষয়ে জনোৱা থাকে আৰু গ্ৰাহকে সেই লেবেল চাই ক্ৰয় কৰাটো নিৰ্ধাৰণ কৰে। কিন্তু কেতিয়াবা প্ৰস্তুতকাৰীয়ে অসম্পূৰ্ণ তথ্য দিয়ে, অস্পষ্টকৈ দিয়ে বা ভুলকৈয়ো দিয়ে। কেতিয়াবা নাম থকা ব্ৰেণ্ডৰ সামগ্ৰীৰ অনুকৰণ কৰি নিম্ন মানৰ সামগ্ৰীৰ ওপৰত এনেধৰণে লেবেল লগায় যে গ্ৰাহকে সহজেই ধৰিব নোৱাৰে। উদাহৰণ স্বৰূপে তলত দিয়া ছবিটোলৈ মন কৰা, এটা জনপ্ৰিয় বিস্কুটৰ ছবি আৰু ওচৰতে থকা আনটো ছবি হ'ল সেই বিস্কুটৰ ডুপ্লিকেট ব্ৰেণ্ডৰ।



৮) প্ৰস্তুতকাৰীয়ে বা বিক্ৰেতাই অৱলম্বন কৰা অসৎ উপায় ঃ তোমালোকে নিশ্চয় পূজা,

দীপাৱলী, বিহুৰ সময়ত নানান কোম্পানীয়ে দিয়া বেহাই মূল্য, উপহাৰ, দুটা কিনিলে এটা ফ্ৰী ইত্যাদি নানান বিজ্ঞাপন, বাতৰি, ৰেডিঅ', টেলিভিচন, আলোচনী, বাতৰি কাকত আদিত দেখিবলৈ পাইছা। এইবোৰ কিয় কৰে জানানে? প্ৰস্তুতকাৰী সকলে বা বিক্ৰেতাই এইবোৰৰ আশ্ৰয় লৈ বিক্ৰীৰ পৰিমাণ বঢ়ায় অৰ্থাৎ লাভ কৰে। কিয়নো এনেধৰণৰ বিজ্ঞাপনে গ্ৰাহকক সহজে আকৰ্ষণ কৰে। আচলতে কোনো বস্তু বেহাই মূল্যত পোৱা নাযায়। তেওঁলোকে প্ৰথমে দামটো বঢ়াই লৈ তাৰ পাছত নিৰ্দিষ্ট হাৰ যেনে ২০' বা ৪০' বা ৫০' আদি কমাই বিক্ৰী কৰে।

তোমালোকে বা তোমালোকৰ কোনোবা বন্ধু বান্ধৱ, আত্মীয় স্বজন, প্ৰতিবেশীয়ে এনে সমস্যাসমূহৰ সন্মুখীন হৈছা বা হৈছে নেকি? যদি হৈছা তেতিয়া কি কৰিছিলা, এবাৰ মনত পেলোৱাচোন আৰু যদি ভৱিষ্যতে হয়, তেতিয়া কি কৰিবা?

এনেবোৰ কাৰণতে উপভোক্তাৰ শিক্ষাৰ প্ৰয়োজন উপভোক্তা শিক্ষানো কি?

১১.১ (গ) উপভোক্তাৰ শিক্ষা (Consumer Eduction) :

উপভোক্তাই বজাৰত যেনে ধৰণৰ সমস্যাৰ সন্মুখীন হয় তাৰ বিষয়ে গম পালা। তেওঁলোকে কোনো সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোঁতে বিশেষ সাৱধানতা অৱলম্বন নকৰিলে ঠগ খোৱাৰ সম্ভাৱনা থাকে। সেয়েহে গ্ৰাহকক শিক্ষা দিয়াৰ খুবেই প্ৰয়োজন। এনে শিক্ষাৰ জৰিয়তে তেওঁলোকক ক'ত কেনেকৈ, কেতিয়া কিমান পৰিমাণৰ ক্ৰয় কৰা প্ৰয়োজন। তেওঁলোকৰ দায়িত্ব আৰু কৰ্তব্যৰ প্ৰতি সজাগ কৰাৰ লগতে, চৰকাৰে ভোক্তাৰ সুৰক্ষাৰ বাবে কৰা আইন আদিৰ বিষয়ে অৱগত কৰা।

এই শিক্ষাই এজন গ্ৰাহকক কেতবোৰ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰাত সহায় কৰে।

এই শিক্ষাই ভোক্তাক—

○ কি ক্ৰয় কৰিব লাগে?
যিমান প্ৰয়োজন সিমান পৰিমাণহে উপযোগিতাৰ সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰিব লাগে।

○ ক'ৰ পৰা কিনিব?
⇨ সদায়েই চুপাৰ বজাৰ, কোম্পানীৰ দোকান বা (show room) পাইকাৰী বজাৰ আদিৰ পৰা কিনিব লাগে।

○ কেতিয়া কিনিব?
⇨ যেতিয়া প্ৰয়োজন হয় তেতিয়া
⇨ দোকানত ভিৰ থকা সময়ত নহয়

○ কিমান পৰিমাণৰ কিনিব?
⇨ প্ৰয়োজনীয় পৰিমাণত।
⇨ সামগ্ৰীৰ গঠন আৰু প্ৰকৃতিৰ ওপৰত নিৰ্ভৰ কৰি।

○ কেনেকৈ ক্ৰয় কৰিব?
⇨ সদায়েই নগদ টকা দি কিনিব লাগে
⇨ ক'লাবজাৰত কেতিয়াও ক্ৰয় নকৰিব।

১১.২ (ক) গ্ৰাহকৰ অধিকাৰ আৰু দায়িত্ব : উপভোক্তাৰ শিক্ষাৰ যোগেদি গ্ৰাহকৰ যে অধিকাৰ আৰু দায়িত্ব আছে তাক অৱগত কৰা হয়—

ক) গ্ৰাহকে কোনো বস্তু ক্ৰয় কৰাৰ আগতে বস্তুটো সম্পৰ্কে জনাৰ অধিকাৰ আছে। অৰ্থাৎ বস্তুটো ওজন, ৰং, উৎপাদন, কৌশল আদি।

খ) দ্বিতীয়তে গ্ৰাহকে কোনো বস্তু ক্ৰয় কৰাৰ আগতে নিৰ্বাচন কৰাৰ অধিকাৰ আছে।

গ) তৃতীয়তে কোনো সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোঁতে সামগ্ৰীটো সঠিক নাপালে, কোনো উৎপাদক, ব্যৱসায়ীয়ে অসৎ উপায় অৱলম্বন কৰা সন্দেহ পালে কৰ্তৃপক্ষৰ ওচৰত অভিযোগ কৰাৰ অধিকাৰ আছে।

ঘ) চতুৰ্থতে গ্ৰাহক যদি প্ৰতাৰিত হয় কিম্বা ক্ৰয় কৰোঁতে, আশ্বাস দিয়া মতে সেৱা নোপোৱাৰ বাবে ক্ষতি হ'লে ক্ষতিপূৰণ বিচৰাৰ অধিকাৰ আছে।

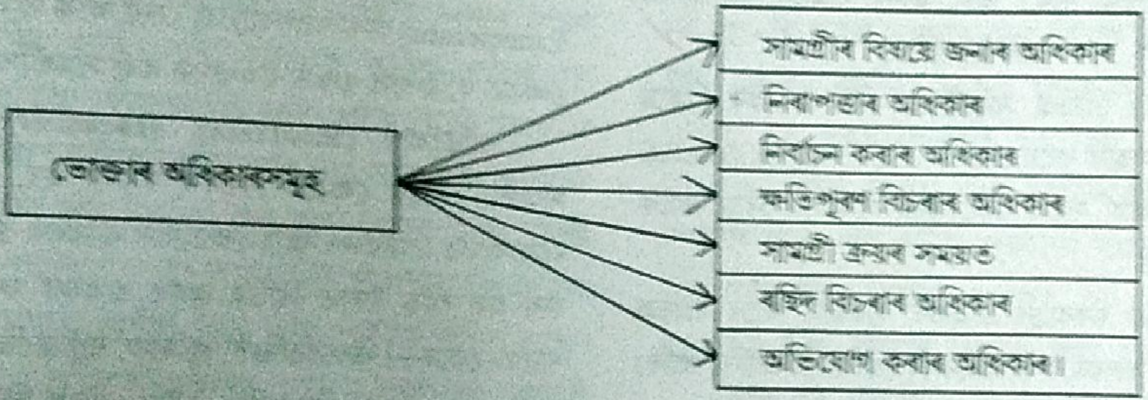
ঙ) ভুল তথ্যৰ বিজ্ঞাপনৰ প্ৰতি সজাগ হোৱাটোও এক দায়িত্ব। আজিকালি বেছিভাগ সামগ্ৰীয়ে উপহাৰ দিয়াৰ বিজ্ঞাপন দেখিবলৈ পোৱা যায়। এনেবোৰৰ প্ৰতি কেতিয়াও ভোল যাব নালাগে।

সুবি-পুছি নিজৰ প্ৰয়োজন অনুসৰি ক্ৰয় কৰিব লাগে। জানি শুনি যেনে উৎপাদক ব্যৱসায়ীৰ দ্বাৰা প্ৰতাৰিত হ'ব নালাগে। ভোক্তা হিচাপে নিজেই নিজৰ ৰক্ষা কৰাৰ দায়িত্ব আছে।

দ্বিতীয়তে, কোনো বস্তু বা সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোঁতে ৰছিদ বিচৰাটো এক কৰ্তব্য। ৰছিদ থাকিলেহে বস্তু ক্ৰয় কৰাৰ প্ৰমাণ থাকে।

তৃতীয়তে, খাদ্য সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোঁতে সামগ্ৰীৰ সঠিক ওজন হৈছে নে নাই তাক চকু দিয়াটো কৰ্তব্য।

চতুৰ্থতে, পেকেটত সামগ্ৰী কিনিলে পেকেটৰ ওপৰত সামগ্ৰীটোৰ বিষয়ে থকা সূচনাসমূহ পঢ়ৰ চোৱাটো দৰকাৰ।



তোমালোক একো একোজন গ্ৰাহক, এতেকে গ্ৰাহক হিচাপে তোমালোকৰ অধিকাৰ আৰু দায়িত্ব আছে। এই দায়িত্ব, অধিকাৰ তোমালোকে পালন কৰিবলৈ চেষ্টা কৰিবা।

১১.২ (খ) গ্ৰাহকৰ কৰ্তব্য বা দায়িত্ব : গ্ৰাহকৰ অধিকাৰ থকাৰ লগতে কেতবোৰ দায়িত্বও আছে। সেইবোৰ হ'ল

প্ৰথমে কোনো সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোঁতে ভালকৈ

পঞ্চমতে, সঁজুলি কিনিলে, সামগ্ৰীটোৰ ওপৰত ISI চিহ্নটো চোৱা দৰ্কাৰ আৰু গেৰাণ্টি আছে, নাই জনাৰ দৰ্কাৰ।

ষষ্ঠতে কোনো ভেজাল পালে বা উচিত ওজন নহ'লে কৰ্তৃপক্ষক অভিযোগ কৰাটো গ্ৰাহকৰ কৰ্তব্য।

সপ্তমতে, কোনো সামগ্ৰী ব্যৱহাৰ কৰাৰ পিছত ক্ষতি হ'লে, সঠিক ক্ষতিপূৰণ বিচৰাটো গ্ৰাহকৰ দায়িত্ব।

১১.২ (গ) উপভোক্তাৰ শিক্ষাৰ গুৰুত্ব (Importance of consumer education) ঃ

উপভোক্তাৰ শিক্ষাই গ্ৰাহকক বিভিন্ন ধৰণেৰে সহায় কৰে। সেইবোৰ হ'ল—

ক) এই শিক্ষাৰ যোগেদি এজন ব্যক্তি সু-গ্ৰাহক হোৱাত সহায় কৰে যাতে সামগ্ৰী সঠিক ভাৱে নিৰ্বাচন কৰিব পাৰে।

খ) গ্ৰাহকে সন্মুখীন হোৱা সমস্যা সমূহৰ প্ৰতি অৱগত কৰায় আৰু সঠিক ভাৱে সিদ্ধান্ত গ্ৰহণত সহায় কৰে।

গ) এই শিক্ষাই বজাৰৰ বিষয়ে সঠিক খবৰ জনাত সহায় কৰে যেনে কোন কোন সামগ্ৰী ক'ত ক'ত পোৱা যায়। ভাল মানৰ সামগ্ৰী কম দামত কেনেকৈ পাব পাৰি ইত্যাদি।

ঘ) বিভিন্ন সামগ্ৰীৰ নিৰ্দিষ্ট মানকৰ বিষয়ে জনাত সহায় কৰে যেনে ঃ ISI, FPO, AGMARK আদি মাৰ্ক সমূহ কেনেকুৱা সামগ্ৰীৰ দিয়া থাকে ইত্যাদি।

ঙ) চৰকাৰে গ্ৰাহকৰ সুৰক্ষাৰ বাবে বিভিন্ন সময়ত বলবৎ কৰা আইনসমূহৰ বিষয়ে জানিব পাৰি। এইটো উপভোক্তা শিক্ষাৰ এটি গুৰুত্বপূৰ্ণ দিশ।

এইদৰেই উপভোক্তাৰ শিক্ষাই এজন গ্ৰাহকক তেওঁৰ অৰ্থসম্পদ ঠিককৈ ব্যৱহাৰ কৰি উচ্চ জীৱন যাপন লাভ কৰাত সহায় কৰে।

১১.৩ গ্ৰাহক সুৰক্ষাৰ আইন (Consumer Protection Act) ঃ

আমি এতিয়া চাওঁচোন আহা চৰকাৰে গ্ৰাহক সুৰক্ষাৰ বাবে কেনে আইন প্ৰণয়ন কৰিছে। ১৯৮৬ খাদ্য ভেজাল প্ৰতিৰোধ আইন প্ৰণয়ন কৰে যদিও এই আইনখনক "স্ব-সহায়ক (Self help) নীতিৰ ওপৰত ভিত্তি কৰি প্ৰণয়ন কৰা হৈছিল, যাতে গ্ৰাহকে নিজকে বিক্ৰেতা আৰু প্ৰস্তুতকাৰী সকলৰ লুণ্ঠনৰ পৰা ৰক্ষা পাব পাৰে। এই আইনখনে গ্ৰাহকক, কৰ্তৃপক্ষক অভিযোগ উত্থাপন কৰাৰ অধিকাৰ দিছে আৰু যদি কোনো সামগ্ৰী বা সেৱা গ্ৰহণ কৰাৰ পাছত কিবা ক্ষতি হয় তেতিয়া ক্ষতিপূৰণ বিচৰাৰ অধিকাৰো গ্ৰাহকসকলক দিয়া হৈছে।

আইনখনৰ মনকৰিবলগীয়া দিশবোৰ হ'ল—

আইনৰ প্ৰয়োগ ঃ এই আইনৰ অধীনত সামগ্ৰীৰ লগতে আগবঢ়োৱা সেৱা সামৰি লোৱা হৈছে আৰু এই সেৱাৰ ভিতৰত আছে বিদ্যুৎ, পানী যাতায়ত, পথ আদি ৰাজহুৱা খণ্ডৰ (Public Seetion Enterprises) দ্বাৰা আগবঢ়োৱা সেৱা আৰু সামগ্ৰীৰ ক্ষেত্ৰত ব্যক্তিগত খণ্ডত উৎপাদন কৰা সামগ্ৰীসমূহ।

অভিযোগ (Redressal Machinery) ঃ সামগ্ৰী, সেৱাৰ ক্ষেত্ৰত যিবোৰ সমস্যা হয়, তাৰ ন্যায়সংগত সমাধানৰ বাবে কেতবোৰ ন্যায়লয় স্থাপন কৰা হয় আৰু ইয়াত বিভিন্ন স্তৰত গ্ৰাহকৰ ফ'ৰাম থাকে। যেনে— জিলাভিত্তিত, ৰাজ্যিক, ৰাষ্ট্ৰীয় ভিত্তিত আৰু একেবাৰে শেষত চুপ্ৰিম ক'ৰ্টত। জিলা ভিত্তিত ফ'ৰাম সমূহ প্ৰত্যেকখন জিলাতে থাকে আৰু ইয়াত ২০ লাখ টকালৈকে ক্ষতি পূৰণ দিয়াৰ দাবী কৰিব পাৰি। ৰাজ্যিক ভিত্তিত ২০ লাখৰ পৰা ১ কোটি আৰু ৰাষ্ট্ৰীয় কমিছনত ১ কোটিতকৈ অধিক ক্ষতিপূৰণ দাবীৰ অধিকাৰ থাকে, আৰু শেষত উচ্চতম ন্যায়ালয়ে শেষ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰাৰ সৰ্বাধিক ক্ষমতা থাকে।

তোমালোকে বাৰু কেতিয়াবা এনেকুৱা ক্ষতিপূৰণ বিচৰা খবৰ বাতৰি কাকতত ওলোৱা বা ৰেডিঅ',

দূৰদৰ্শনত শুনিবলৈ পাইছানে? তোমাৰ বন্ধু, পৰিয়ালে এনেধৰণৰ সমস্যাৰ সন্মুখীন হোৱা দেখিবলৈ পোৱা তেনেহ'লে তুমিও এনে ফ'ৰামৰ ওচৰত অভিযোগ উত্থাপন কৰিব পাৰিবা।

Expenditious disposal : গ্ৰাহকক কম দিনতে ন্যায় দিয়াৰ বাবে আইনখন প্ৰণয়ন কৰা হৈছে। এই আইনখনত মাত্ৰ ৯০ দিনৰ ভিতৰতে সকলো সমস্যাৰ নিস্পত্তি কৰাৰ ব্যৱস্থা আছে। অৱশ্যে যিবোৰত পৰীক্ষাগাৰৰ বিশ্লেষণৰ প্ৰয়োজন হয় তাৰ ক্ষেত্ৰত সময় ৫ মাহলৈ বঢ়াই দিয়া হয়।

ক্ষতিপূৰণ দাবী কৰাৰ পদ্ধতি (Redresral Procedure) :

১৯৮৬ চনৰ আইন আধাৰত এজন গ্ৰাহকে, গ্ৰাহক প্ৰতিষ্ঠান বা ৰাজ্য বা কেন্দ্ৰীয় চৰকাৰ গোচৰ তৰিব পাৰে। যদি এটাতকৈ অধিক গোচৰ হয় তেতিয়া যুটীয়াভাৱেও তৰিব পাৰে। আমি আগতেই উল্লেখ কৰিছো ক্ষতিপূৰণৰ মূল্য অনুসৰি ক'ত গোচৰ তৰিব তাৰ নিৰ্দ্ধাৰিণ কৰা হয়। গোচৰ তৰাৰ নিৰ্দিষ্ট প্ৰ-পত্ৰ থাকে। তাত সকলোখিনি বিশেষকৈ কেনেধৰণৰ সমস্যাৰ সন্মুখীন হৈছে তাক স্পষ্টকৈ লিখিব লাগে।

ব্যক্তিয়ে ব্যক্তিগত ভাৱে বা ডাকঘৰৰ যোগেদি গোচৰ তৰিব পাৰে। গোচৰ তৰাৰ আগতে প্ৰতিপক্ষক ৰেজিষ্টাৰ পষ্ঠৰ যোগেদি জনাব লাগে আৰু ১৫ দিন সময় দিব লাগে তেওঁ স্থিতি জনাবৰ বাবে সকলো নথি-পত্ৰ গোটাই লৈহে কৰিব লাগে। উপভোক্তাৰ আদালতত (Consumer Court) কোনো গোচৰ তৰিলে আদালতে তলত দিয়া দিশবোৰ নিৰ্দ্দেশ দিব পাৰে। যেনে—

- যদি সামগ্ৰী বা সেৱাত ত্ৰুটি থাকে তাক দূৰ কৰা
- সামগ্ৰীটো সলাই দিয়া
- সামগ্ৰীৰ দাম ঘূৰাই দিয়া
- ক্ষতিপূৰণ দিয়া

ইয়াৰ উপৰিও যদি সামগ্ৰীটো ব্যৱহাৰ কৰিলে জীৱনৰ ক্ষতি হোৱাৰ আশঙ্কা থাকে সামগ্ৰীটো বজাৰৰ পৰা লগে লগে বা তৎক্ষণাত নাইকিয়া কৰাৰ বাবে গোচৰ তৰি দাবী কৰিব পাৰে।

গ্ৰাহকৰ সুৰক্ষাৰ বাবে ৰাষ্ট্ৰীয় পুৰস্কাৰৰ ব্যৱস্থা : ভাৰত চৰকাৰে যুৱকসকলক গ্ৰাহক সুৰক্ষাৰ নানান আঁচনিত অংশগ্ৰহণৰ প্ৰতি আকৰ্ষণ কৰাৰ উদ্দেশ্যে এক পুৰষ্কাৰ প্ৰদান ব্যৱস্থা হাতত লৈছে। এই পুৰষ্কাৰ গ্ৰাহক সুৰক্ষাৰ বাবে বিশেষ ভাৱে কাম কৰা, ১৫-৩৫ বছৰীয়া যুৱকক প্ৰদান কৰাৰ ব্যৱস্থা কৰিছে। এই পুৰস্কাৰত বছৰি ১০,০০০, ১৫,০০০, ২০,০০০ টকাৰ লগত এখন চাৰ্টিফিকেট আছে। চৰকাৰে আৰু এটা ৰাষ্ট্ৰীয় পুৰষ্কাৰৰ ব্যৱস্থা কৰিছে য'ত এখন চিঠিৰ সৈতে ৩০,০০০, ৪০,০০০ আৰু ৫০,০০০ টকা পুৰষ্কাৰ হিচাপে দিয়া হয়।

এনেবোৰ পদক্ষেপে ভোক্তা সকলক সুৰক্ষাৰ প্ৰতি লোৱা বিভিন্ন আঁচনিত অংশগ্ৰহণ কৰিবলৈ উদ্‌গনি যোগাব।

বিশ্বৰ ভোক্তাৰ অধিকাৰৰ দিৱস (World Right Day) তোমালোকে হয়তো শুনিছা বা জানা যে ভোক্তাৰ অধিকাৰৰ বাবে ১৫ মাৰ্চ তাৰিখটো গোটেই বিশ্বতে ভোক্তাৰ দিৱস হিচাপে ধাৰ্য্য কৰা হৈছে। ইয়াৰ দ্বাৰা যাতে উপভোক্তাক তেওঁলোকৰ দায়িত্ব আৰু কৰ্ত্তব্যৰ প্ৰতি সজাগ কৰি তুলিব পাৰে।

আমাৰ অসমতো ১৫ মাৰ্চৰ দিনটো ভোক্তাৰ দিৱস উদযাপন কৰা হয়। তোমালোকে বাৰু এনে কাৰ্যসূচীত অংশ গ্ৰহণ কৰিছা নেকি? যদি কৰা নাই আগলৈ কৰিবলৈ চাবা বহুত কথা শিকিব পাৰিবা।

১১.৪ ভোক্তাৰ সজুঁলি (Consumer Aids) :

গ্ৰাহক সকলৰ সুৰক্ষাৰ বাবে কেতবোৰ সঁজুলি উদ্ভাৱন কৰা হৈছে। এই সামগ্ৰীসমূহে গ্ৰাহকসকলক কোনো সামগ্ৰী নিৰ্বাচন কৰোতে সহায় কৰে অৰ্থাৎ গ্ৰাহকৰ সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰাত সহায়ক হয়। সেই সজুঁলিসমূহ হ'ল— মানক (standard mark) চিহ্ন, লেবেল, বিজ্ঞাপন, লিফলেট বা বুকলেট আৰু গ্ৰাহকৰ ফ'ৰাম।

১১.৪ (ক) মানক চিহ্ন (Standard mark) : চৰকাৰে গ্ৰাহকক সুৰক্ষাৰ বাবে তেওঁলোকে ব্যৱহাৰ কৰা সামগ্ৰীসমূহ, খাদ্যদ্ৰব্য উচিত মূল্যত উন্নত মানৰ পাব পাৰে তাৰ বাবে আইন প্ৰণয়ন কৰিছে। এই মানক চিহ্নই গ্ৰাহকক সামগ্ৰীটো যে উন্নত তাৰ কথা নিশ্চিত কৰে। ইয়াৰ বাবে দুটা প্ৰতিষ্ঠানক দায়িত্ব দিছে, সামগ্ৰীৰ মানদণ্ড পৰীক্ষা কৰি চিহ্ন প্ৰয়োগ কৰাৰ বাবে—

ক) ভাৰতীয় মানক অনুষ্থান বা আই এছ্ আই (ISI)

খ) বজাৰ আৰু পৰিদৰ্শন সঞ্চালকালয় সঞ্চালকালয় (ক্ৰয়-বিক্ৰয়) বা

ভাৰতীয় মানক অনুষ্ঠান (ISI) : এই অনুষ্ঠানক বৰ্তমান সময়ত B.I.S (Bureau) of Indian Standard) বুলি জনা যায়। ১৯৫৭ চনত, চৰকাৰে ভাৰতীয় মানক অনুষ্ঠান নামেৰে এখন আইন প্ৰণয়ন কৰে। আৰু এই আইনে অনুষ্ঠানটোক সামগ্ৰীৰ মান নিৰ্ধাৰণ কৰি বা পৰীক্ষা কৰি মানক চিহ্নৰ প্ৰদানৰ দায়িত্ব দিছে। প্ৰস্তুতকাৰী সকলে কোনো সামগ্ৰী প্ৰস্তুত কৰাৰ পিছত এই অনুষ্ঠানলৈ মানক নিৰ্ণয়ৰ বাবে প্ৰেৰণ কৰে আৰু অনুষ্ঠানে বান্ধি দিয়া নিয়মৰ দৰে হ'লে মানক চিহ্ন ব্যৱহাৰৰ অনুমতি প্ৰদান কৰে। ইয়াৰ অন্তৰ্গত খাদ্যসামগ্ৰী যেনে— গাখীৰ গুড়া, ক'ক পাউদাৰ, কফি, আইচক্ৰীম, বিস্কুট, বেকিং পাউদাৰ, ইষ্ট, চীজ, মেক্ৰনি আদি। বৈদ্যুতিক সজুলি যেনে—ইষ্ত্ৰি, হিটাৰ, মিক্সি আৰু আন সজুঁলি যেনে প্ৰেচাৰ কুকাৰ, গেছ, ষ্টোভ আদি সামৰি লৈছে।

চিত্ৰ : (ক) এই চিহ্ন জেম, জেলি, ফলৰ ৰস, আচাৰ আদিত দিয়া হয়

চিত্ৰ (খ) এই চিহ্ন কেতবোৰ খাদ্য সামগ্ৰী, চিমেণ্ট, বৈদ্যুতিক সঁজুলিত দিয়া থাকে

এগমাৰ্ক (Agmark) ঃ ১৯৩৭ চনত কৃষিজাত সামগ্ৰীৰ মান নিৰ্ণয়ৰ বাবে ভাৰত চৰকাৰে এই আইন প্ৰণয়ন কৰিছে । এই আইন অনুসৰি চাউল, আটা, নানান দাইল, মাহজাতীয় শস্য, চাহপাত, বেচন, মৌ, বাদাম, মা-মছলা, তেল, ঘিউ, কণী আদিৰ মান নিৰ্ধাৰিণ বা ধাৰ্য্য কৰা। এই সামগ্ৰী সমূহৰ বিশুদ্ধতা নিৰ্ণয় কৰি বিভিন্ন শ্ৰেণীত যেনে— বিশেষ ভাল, ভাল মধ্যমীয়া সাধাৰণ আদিত বা ১, ২, ৩, ৪ ভাগ কৰা হৈছে। কোনো এটা সামগ্ৰীৰ এই চিহ্ন (Agmark) দিয়াৰ আগতে শুদ্ধতাৰ পৰীক্ষা কৰি লোৱা হয়।

এই চিহ্নই ভোক্তাক বা গ্ৰাহকক খাদ্য সামগ্ৰী নিৰ্বাচনত সহায় কৰে আৰু খাদ্য সামগ্ৰীৰ মান, পেকিং আৰু খাদ্যবিধৰ শুদ্ধতাৰ দিশটো নিশ্চিত কৰি দিয়ে।

Food Product Order (FPO) ঃ ১৯৫৫ চনত ভাৰত চৰকাৰে ফল-মূল, শাক-পাচলিৰ পৰা প্ৰস্তুত কৰা নানান সামগ্ৰীৰ মান নিৰ্দ্ধাৰিণৰ বাবে এই আইন প্ৰণয়ন কৰে। শাক-পাচলি, ফল-মূলৰ সংৰক্ষিত বিভিন্ন পদ্ধতি ব্যৱহাৰ কৰোতে কেতবোৰ মানদণ্ড মানি চলিব লাগে, যিবোৰ এই আইনখনত বান্ধি দিয়া হৈছে। প্ৰস্তুত কৰিলে এনে সামগ্ৰীটো প্ৰস্তুত কৰাৰ বাবে অনুমতি বা লাইচেঞ্চৰ প্ৰয়োজন আৰু আইনে বান্ধি দিয়া নিয়ম অনুসৰি যদি প্ৰস্তুত কৰে তেতিয়া এই মানক FPO ব্যৱহাৰ কৰা অনুজ্ঞাপত্ৰ পাব, এনে মানক দিয়া সামগ্ৰীবোৰ হ'ল— ফলৰ ৰস, স্কোৱাছ, চুপ, শুষ্ক ফল, পাচলি, জেম, জেলি, ভিনেগাৰ, আচাৰ, ছাটনি, উলমাৰ্ক মোৰাব্বা আদি।

Wool Mark ঃ উণৰ আৰু ইয়াৰ পৰা প্ৰস্তুত কৰা সাজ-পোছাকত এনে চিহ্ন ব্যৱহাৰ কৰা হয়। এই চিহ্নক উণৰ মান, শুদ্ধতা নিশ্চিত কৰে।

চিত্ৰ (গ) উলমাৰ্ক

(Silk Mark) ঃ আজিকালি পাট বা ৰেচম সূতা বা কাপোৰৰ ক্ষেত্ৰতো এই চিহ্ন ব্যৱহাৰ কৰা হয়। যিটোৱে গ্ৰাহকক ৰেচমৰ শুদ্ধতা আৰু মানৰ ক্ষেত্ৰত নিশ্চয়তা দিয়ে।

চিত্ৰ (ঘ) চিল্কমাৰ্ক

(Lebel) (লেবেল) ঃ কোনো এটা সামগ্ৰীৰ মান, প্ৰস্তুত কৰা পদ্ধতি, ব্যৱহাৰ আদি নানান তথ্য ইয়াৰ যোগেদি গ্ৰাহকসকলক জনোৱা হয়। এই লেবেলবোৰ সামগ্ৰীৰ ওপৰত, খোদিত? প্ৰিন্ট কৰি বা আঠা লগাই দিয়া হয়। ভাৰতীয় মানক অনুষ্ঠানে এখন সম্পূৰ্ণ লেবেলত কি কি দিয়া থাকিব তাৰ নিৰ্ধাৰিণ কৰি দিছে। সেইবোৰ হ'ল—

সামগ্ৰীৰ নাম

উপাদান সমূহৰ নাম

ওজন আৰু পৰিমাণ

প্ৰস্তুত কৰাৰ তাৰিখ

কিমানদিনৰ ভিতৰত সামগ্ৰীটো ব্যৱহাৰ কৰিব লাগিব।

সামগ্ৰীৰ দাম বা মূল্য

প্ৰস্তুতকাৰীৰ নাম, ঠিকনা

সামগ্ৰী ব্যৱহাৰৰ নিৰ্দেশনা

অনুজ্ঞাপত্ৰৰ নম্বৰ, Batch নম্বৰ।

গ্যাৰাণ্টিৰ সময়।

যদি প্ৰয়োজন হয়, তেতিয়া লব লগা সতৰ্কতা ইত্যাদি।

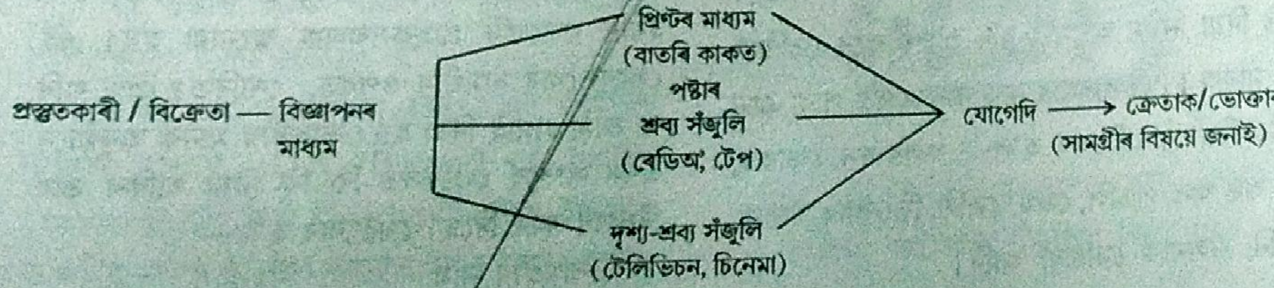
লেবেলৰ যোগেদি এজন গ্ৰাহকে পলকতে কেতবোৰ দিশ জানিবলৈ সহজ হয়, অৱশ্যে বহুতে সময়ত অসম্পূৰ্ণ লেবেল দিয়ে আৰু ভুল তথ্য দিয়াৰ আশংকা থাকে। সেয়েহে ক্ৰেতাই কোনো সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰোতে ভালকৈ পঢ়ি চাব লাগে আৰু কিবা বিসঙ্গতি দেখিলে লগে লগেই জনাব লাগে।

তোমালোকে কিনোতে লেবেল চোৱানে? যদি চোৱা খুবেই ভাল কথা, ভালকৈ চাবা। যদিহে নোচোৱা এতিয়াৰ পৰা চাবলৈ ল'বা আৰু লগৰ সমনীয়াকো চাবলৈ ক'বা।

১১.৪(গ) বিজ্ঞাপন ঃ প্ৰস্তুতকাৰীয়ে কোনো সামগ্ৰী প্ৰস্তুত কৰি বিজ্ঞাপনৰ যোগেদি গ্ৰাহক সকলৰ ওচৰলৈ উলিয়াই পঠিয়ায়। সেয়েহে ই এক সজুঁলি, যাৰ সহায়ত গ্ৰাহকেও কোনো নতুন সামগ্ৰী বজাৰত ওলোৱাৰ বিষয়ে জানিব পাৰে।

গ্ৰাহক সকলে কোনো সামগ্ৰীৰ বিভিন্ন বিজ্ঞাপন তুলনামূলক দৃষ্টিৰে চাই সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰিব পাৰে, আৰু প্ৰস্তুতকাৰীয়ে এই বিজ্ঞাপনৰ যোগেদি কোনো সামগ্ৰী গ্ৰাহকৰ মাজত জনপ্ৰিয় কৰি তুলিব পাৰে। এই বিজ্ঞাপনসমূহ বিভিন্ন মাধ্যমেৰে গ্ৰাহকৰ আগত তুলি ধৰা হয়। সেইবোৰ হ'ল— কেতবোৰ প্ৰিন্ট মাধ্যম, বুকলেট, লিফলেট, বাতৰি কাকত, আলোচনী, পষ্টাৰ, বেনাৰ, কাৰ্টুন শ্ৰব্য সজুঁলি যেনে ৰেডিঅ', টেপ, দৃশ্যশ্ৰাব্য সঁজুলি যেনে টেলিভিচন, প্ৰজেক্টৰ, চিনেমা ইত্যাদি। এই সকলোবোৰৰ ভিতৰত দৃশ্যশ্ৰাব্য সজুঁলিবোৰ মাধ্যমেৰে দিয়া বিজ্ঞাপনবোৰ প্ৰভাৱ বেছি।

১১.৪ (ঘ) বুকলেট আৰু লিফলেট ঃ কোনো নতুনকৈ উৎপাদন কৰা সামগ্ৰীৰ বিষয়ে উৎপাদনকাৰীয়ে ভোক্তাৰ আগত এই বুকলেট বা লিফলেটৰ যোগেদি দাঙি ধৰে। এনে বুকলেটবোৰত



সামগ্ৰীটোৰ কাৰিকৰী আৰু ব্যৱসায়িক দিশ দুয়োটাই সামৰি লোৱা হয়। অৰ্থাৎ সামগ্ৰীটোৰ কাৰ্যনীতি, বা কি কি উপাদান আছে প্ৰণালী, কেনেকৈ ব্যৱহাৰ কৰিব প্ৰয়োগ কৌশল, যতন, সংৰক্ষণ কৰিব লাগে ইত্যাদি সমূহ তথ্য দিয়া থাকে। উদাহৰণস্বৰূপে সা-সৰঞ্জাম বিশেষকৈ বৈদ্যুতিক সা-সৰঞ্জাম, পেকেটৰ খাদ্য, শিশুৰ আহাৰৰ লগত এনে বুকলেট দিয়া হয়। তোমালোকে কৰবাত এনে বুকলেট বা লিফলেট পাইছানে? নিশ্চয় পাইছা হয়তো মন কৰা নাই। এতিয়াৰ পৰা ভালকৈ মন কৰিবা। আজিকালি বেছিভাগ মানুহৰ ঘৰতে প্ৰেচাৰ কুকাৰ ব্যৱহাৰ কৰে। এই সৰঞ্জামটোৰ লগত এনে এখন বুকলেট সকলোৱে পায় তোমালোকৰ ঘৰতো নিশ্চয় আছে।

১১.৫ ভোক্তাৰ/গ্ৰাহকৰ ফ'ৰাম

গ্ৰাহক সকলক ; প্ৰস্তুতকাৰী বা ব্যৱসায়ীসকলৰ প্ৰতাৰণাৰ বলি হোৱাৰ পৰা ৰক্ষা কৰিবলৈ অৰ্থাৎ ভোক্তাক সুৰক্ষা দিবৰ বাবে এনে ফ'ৰাম গঠন কৰা হয়। ইয়াৰ উপৰিও গ্ৰাহক সকলে যাতে সঠিক দামত সঠিক পৰিমাণ, আৰু গুণাগুণৰ সামগ্ৰী পাব পাৰে তাৰ দিহা কৰিছে। যদি কোনো গ্ৰাহকে এটা সামগ্ৰী বা সেৱা ক্ৰয় কৰাৰ পিছত গম পায় বা অনুভৱ কৰে যে— সামগ্ৰীটো সঠিক মানৰ নহয় ভেঁজাল কৰা বা অধিক দাম দিছে, পৰিমাণ কম আছে আৰু যি সেৱা দিয়াৰ প্ৰতিশ্ৰুতি দিছিল তাক দিয়া নাই, তেতিয়া তেওঁ সেই প্ৰতিষ্ঠানৰ বিৰুদ্ধে অভিযোগ এনে ফ'ৰামত কৰিব পাৰে।

আমি আগতে ভোক্তাৰ সুৰক্ষাৰ আইনত কেনেদৰে অভিযোগ কৰিব লাগে তাৰ বিষয়ে সবিশেষ আলোচনা কৰিছোঁ।

মূলভাৱ

- ✡ ভোক্তা হ'ল এনে এজন ব্যক্তি যি প্ৰয়োজন পূৰণ কৰিবৰ বাবে বস্তু বা সামগ্ৰী সেৱা ক্ৰয় কৰে।
- ✡ ভোক্তাই সামগ্ৰী সেৱা ক্ৰয় কৰোতে বিভিন্ন সমস্যাৰ সন্মুখীন হয় যেনে—ভেজাল দ্ৰব্যৰ, ভুলতথ্যৰ, নিম্ন মানৰ সামগ্ৰী ইত্যাদি।
- ✡ ভোক্তাই শিক্ষাৰ যোগেদি কোন সামগ্ৰী ক'ত, কেতিয়া কিমান দৰত, কিমান পৰিমাণৰ ক্ৰয় কৰিব লাগে তাক জানিব পাৰে।
- ✡ ভোক্তাৰ অধিকাৰ সমূহৰ বিষয়ে গম পায় যেনে—কোনো সামগ্ৰীৰ দাম, পৰিমাণ, উপাদান নিৰ্বাচন কৰা ইত্যাদি।
- ✡ ভোক্তাৰ যিকোনো সামগ্ৰী বা সেৱা ক্ৰয় কৰোঁতে যিয়ে সহায় কৰে তাক ভোক্তাৰ সঁজুলি কোৱা হয়। যেনে— মানক, লেবেল, লিফলেট ইত্যাদি।
- ✡ ভোক্তাৰ সুৰক্ষাৰ বা চৰকাৰে প্ৰণয়ন কৰা ১৯৮৬ চনৰ আইন ভাৰতত সকলো ঠাইতে বলবৎ হৈছে, য'ত সামগ্ৰী আৰু সেৱা দুয়োটা সামৰি লোৱা হৈছে, যদি ভোক্তাই কোনো সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰি বা সেৱা গ্ৰহণ সন্তোষ লাভ কৰিব নোৱাৰে তেতিয়া কৰ্টৰ ওচৰ চাপিব লাগিব ইত্যাদি।

প্ৰশ্নাৱলী

১। **অতি চমু উত্তৰৰ প্ৰশ্ন ঃ**

(ক) 'ভোক্তা'ৰ সংজ্ঞা দিয়া।

(খ) ভোক্তাই সন্মুখীন হোৱা এটা সমস্যা উল্লেখ কৰা।

(গ) মানক চিহ্ন বুলিলে কি বুজা?

(ঘ) দুটা মানক চিহ্নৰ নাম দিয়া।

(ঙ) বিজ্ঞাপনৰ দুটাৰ সজুঁলিৰ নাম দিয়া।

(চ) বছৰৰ কোনটো দিন 'ভোক্তাৰ দিৱস' বুলি উদ্‌যাপন কৰা হয়। (15th march

(ছ) ———বিজ্ঞাপনৰ দুটা মাধ্যমৰ উদাহৰণ দিয়া।

২। **চমু উত্তৰৰ প্ৰশ্ন ঃ**

(ক) ভোক্তাই কিয় বজাৰত সমস্যাৰ সন্মুখীন হয়?

(খ) ভোক্তাই সন্মুখীন হোৱা যিকোনো দুটা সমস্যাৰ বিষয়ে লিখা।

(গ) উপভোক্তাৰ শিক্ষাই ভোক্তাক কেনেদৰে সামগ্ৰী ক্ৰয় কৰাৰ সহায় কৰে?

(ঘ) ক্ৰেতা বা গ্ৰাহকৰ দুটা অধিকাৰ উল্লেখ কৰা

(ঙ) গ্ৰাহকৰ দায়িত্বৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰা।

(চ) ভোক্তাৰ যিকোনো দুটা সজুঁলি বিষয়ে লিখা।

(ছ) 'F.P.O' আৰু 'AGMARK' চিহ্নই কি সুচায়? কেনেধৰণৰ সামগ্ৰীৰ ক্ষেত্ৰত ব্যৱহাৰ কৰা হয়।

(জ) সামগ্ৰী এটাৰ ওপৰত থকা এখন লেবেলৰ পৰা আমি কি কি কথা জানিব পাৰো উল্লেখ কৰা।

৩। **দীঘল উত্তৰৰ প্ৰশ্ন ঃ**

(ক) ভোক্তাৰ সংজ্ঞা দিয়া ভোক্তাৰ দায়িত্ব আৰু কৰ্ত্তব্য সম্পৰ্কে উল্লেখ কৰা।

(খ) 'ভোক্তাৰ শিক্ষা বুলিলে কি বুজা? এনে শিক্ষাৰ গুৰুত্বৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰা।

(গ) বিজ্ঞাপন দিয়াৰ উদ্দেশ্যসমূহ কি? বিজ্ঞানৰ বিভিন্ন মাধ্যমৰ বিষয়ে লিখা।

(ঘ) গ্ৰাহক সুৰক্ষা আইন ১৯৮৬ চনৰ বিষয়ে চমুকৈ লিখা।

(ঙ) চমু টোকা লিখা।

(i) ভোক্তাৰ সজুঁলি (ii) লেবেল (iii) বিজ্ঞাপন (iv) ভোক্তাৰ ফ'ৰাম।

——oo——