



ಮುಖ್ಯ ಸಂಪಾದಕಿ
ದೀಪಿಕಾ ಕಚ್ಚಲ್

ಹಿರಿಯ ಸಂಪಾದಕಿ
ಬಿ.ಕೆ. ಕಿರಣ್ಣಯ್ಯ

ಮುಖಪುಟ ವಿನ್ಯಾಸ
ಗಜಾನನ ಪಿ. ದೋಪೆ

ಯೋಜನೆಯ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಎಲ್ಲ ಜನಗಳಿಗೆ ಮುಟ್ಟಿಸಲು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಎಲ್ಲ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಚರ್ಚೆ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಯೋಜನಾ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಸಮಾಚಾರ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಸಚಿವಾಲಯದಿಂದ ಪ್ರಕಟವಾದರೂ, ಯೋಜನಾ ಕೇವಲ ಅಧಿಕೃತ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾಗಿಲ್ಲ. ಕನ್ನಡ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್, ಹಿಂದಿ, ಅಸ್ಸಾಮಿ, ಗುಜರಾತಿ, ಬಂಗಾಲಿ, ಮಲಯಾಳಂ, ಮರಾಠಿ, ತಮಿಳು, ತೆಲುಗು, ಒರಿಯಾ, ಪಂಜಾಬಿ ಮತ್ತು ಉರ್ದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಯೋಜನಾ ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಲೇಖನಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತನಾದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಲೇಖಕರವು. ಅವರು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ನರ್ಕಾರದ ಅಭಿಪ್ರಾಯವಲ್ಲ. ಯೋಜನಾ ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಯಥಾರ್ಥತೆ ಆಯಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮಾಹಿಗಾರಿಕೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರಗಳು ಸಾಂದರ್ಭಿಕ.

ವಿಳಾಸ

ಯೋಜನಾ - ಕನ್ನಡ,
ಪ್ರಕಾಶನ ವಿಭಾಗ,

ಸಮಾಚಾರ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಸಚಿವಾಲಯ,
ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ,

ಮೊದಲನೆಯ ಅಂತಸ್ತು, 'ಎಫ್'ವಿಂಗ್,
ಕೇಂದ್ರೀಯ ಸದನ, ಕೋರಮಂಗಲ,
ಬೆಂಗಳೂರು - 560 034.

ದೂರವಾಣಿ : 080 - 25537244.

E-mail : kannada-yojana@gov.in



ಈ ಸಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಿ

ಸಂಪಾದಕೀಯ	2
ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ; ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಮುನ್ನುಡಿ * ಅವಿನಾಶ್ ಕೆ. ಶ್ರೀವಾಸ್ತವ	3
ಖರೀದಿದಾರರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ; ಇತ್ತೀಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ * ಪ್ರೊ. ಡಿ ಪಿ ಎಸ್ ವರ್ಮಾ	8
ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ಆಯಾಮ * ಡಾ. ಸೀತಾರಾಮ್ ದೀಕ್ಷಿತ್	13
ಹೊಸತನಕ್ಕೆ ಹಳೆಯದರ ಕೊಡುಗೆ * ಪುಷ್ಪಾ ಗಿರಿಮಾಜಿ	18
ಕಡಿಮೆ ಆದಾಯದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನ್ಯಾಯದಾನ * ಬಿ ಸಿ ಗುಪ್ತಾ	22
ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇರ್ಪಡೆ * ಡಾ. ಜಿ ಸುಂದರಂ	27
ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು * ದಿವಾಕರ್ ಲೆಂಕಾ	30
ಗ್ರಾಮೀಣ ಬಳಕೆದಾರರ ಅರಿವು * ರಾಹುಲ್ ಸಿಂಗ್	39
ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ * ಟಿ ಎನ್ ಅಶೋಕ	44
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ * ಅಜಯ ಶಂಕರ್	48
ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ * ಬಿಬಿಎಸ್	51
ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮುಂಚೂಣಿ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ * ಎಂ ನಾಗಲಕ್ಷ್ಮಮ್ಮ	54
ಗ್ರಾಹಕ ಅರಿವು... ಮಕ್ಕಳ ಪರಿಗು * ಪರಮೇಶ್ವರಯ್ಯ ಸೊಪ್ಪಿಮಠ	56
ಸ್ವಚ್ಛ - ಶೌಚಾಲಯ * ಜಗದೀಶ್ ಬಾಬು	61
ಮನ್ ಕೀ ಬಾತ್ * ಕೃಪೆ; ಆಕಾಶವಾಣಿ, ಬೆಂಗಳೂರು	65
ನಿಮಗಿದು ತಿಳಿದಿದೆಯೇ? ವಾರ್ತಾ ವಿಶೇಷ	71
	72

ಯೋಜನಾ ಚಂದಾ ವಿವರ	
ಒಂದು ವರ್ಷಕ್ಕೆ	230.00
ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ	430.00
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ	610.00
ಚಂದಾ ಹಣವನ್ನು ಮನಿಯಾರ್ಡರ್ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಳಾಸಕ್ಕೆ ಕಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.	

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಕ
ಚಂದಾದಾರರಾಗಲು
ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾದ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್

Log on to
<http://publicationsdivision.nic.in/>,
in collaboration with bharatkosh.gov.in

ಒಂದು ಪಕ್ಷ ಡಿಮಾಂಡ್ ಡ್ರಾಫ್ಟ್ ಕಳಿಸುವುದಾದರೆ ಅದನ್ನು PUBLICATIONS DIVISION,
MINISTRY OF I & B, GOVERNMENT OF INDIA ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ CHENNAI ನಲ್ಲಿ
ಸಂದಾಯವಾಗುವಂತೆ ಪಡೆದು ಅದನ್ನು ನಮ್ಮ ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಳಾಸಕ್ಕೆ ಕಳುಹಿಸಬೇಕು.



ಮುಖ್ಯ ಸಂಪಾದಕರ ರೇಖಣಿಯಿಂದ

ಗ್ರಾಹಕ - ರಾಜ

ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕರು ವಸ್ತುವೊಂದನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವಾಗ, ಆ ವಸ್ತು ತಾಳಿಕೆ ಬರುತ್ತದೆಯೆ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕೊಂದು ಉಪಯೋಗ ಅವಧಿ ಇದೆಯೆ ಎಂಬುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಮೊದಲು ನೋಡುವುದು ಅದರ ಬೆಲೆಯನ್ನು; ಅದು ತನ್ನ ಕೈಗೆಟಕುವಂತಿದೆಯೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಾತರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಬಹುಷ್ಯ: ಅಲ್ಲಿಂದಲೇ ಗ್ರಾಹಕ ಜಾಗೃತಿ ಆರಂಭವಾಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ಅಲ್ಲಿಂದಲೇ ವ್ಯಾಪಾರಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಶೋಷಣೆಗೊಳಪಡುತ್ತಾರೆ. ವಸ್ತುವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಅಪೂರ್ಣ ಅಥವಾ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ, ತೂಕ ಕಡಿಮೆ, ಬೆಲೆ ಜಾಸ್ತಿ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವಸ್ತು ಮಾರಾಟ ಇದೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಈ ಜಾಲ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಅನ್ಯಾಯಗಳಿಂದ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹಣಹಾನಿ ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡಗಳೂ ಉಂಟಾಗುತ್ತವೆ. ತೀವ್ರ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಮತ್ತು ಜಾಗತೀಕರಣದ ಈ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು / ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಮರೆತು ಗರಿಷ್ಠ ಲಾಭ ಪಡೆಯಲು ತೀವ್ರ ಸ್ವರೂಪದ, ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರಯೋಗಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರೇ ತಾವು ಖರೀದಿಸುವ ಸರಕು / ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜಾಗೃತರಾಗಿರುವುದು ಅತ್ಯವಶ್ಯವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿ ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕು, ಸರಕಿನ ಗರಿಷ್ಠ ಚಿಲ್ಲರೆ ಬೆಲೆ, ಇದಲ್ಲದೆ, ಆಸ್ತಿ ಖರೀದಿ ಮೊದಲಾದ ದೊಡ್ಡ ಹಣಕಾಸಿನ ವಹಿವಾಟು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳುವವರು ಮುದ್ರಿತ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಓದಿ ಅರಿತ ನಂತರ ದಾಖಲೆ ಪತ್ರಗಳಿಗೆ ಸಹಿ ಹಾಕುವ ಕ್ರಮ, ಸ್ವಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಕಾಪಾಡುತ್ತದೆ. ಸಂಸ್ಕರಿಸಿದ ಆಹಾರ ವಿಚಾರದಲ್ಲಂತೂ, ತಯಾರಿಕೆ / ಉತ್ಪಾದನಾ ದಿನ ಹಾಗೂ ಬಳಸಲು ಯೋಗ್ಯವಾದ ಅವಧಿ, ಅದರಲ್ಲಿರುವ ವಿವಿಧ ಘಟಕಾಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಅದು ವಿಷಯುಕ್ತವಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಂದೊಡ್ಡುತ್ತದೆ. ಸೇವೆಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಜಾಗೃತಿ ತುಸು ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿದೆ. ಬಹುತೇಕ ಜನರಿಗೆ ಸೇವೆಗಳೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕಿಗೊಳಪಡುತ್ತವೆ ಎಂದೂ ತಿಳಿದಿಲ್ಲ! ಕೆಲ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳು ವೈದ್ಯಕೀಯ ಪರಿಭಾಷೆ, ಅಥವಾ ಭಾಷೆಯನ್ನೇ ಅರಿಯದ ರೋಗಿಗಳು / ಅವರ ಸಹಾಯಕರಿಂದ ಖಾಲಿ ಅರ್ಜಿಗಳ ಮೇಲೆ ಸಹಿ ಹಾಕಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಅನಾರೋಗ್ಯ ಸ್ಥಿತಿಯಿಂದ ಆತಂಕಕ್ಕೊಳಗಾದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು, ಮುಂದಿನ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಸಮಚಿತ್ತರಾಗಿ ಪರಾಮರ್ಶಿಸದೆ ಸಹಿ ಹಾಕುತ್ತಾರೆ. ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರು ಕಾನೂನು ಕ್ರಮದ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ನೀಡಿದಾಗ, ಇಂತಹ ಅರ್ಜಿಯ ಮೇಲೆ ಹಾಕಿದ ಸಮ್ಮತಿ ಸಹಿಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟು ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳು ರಕ್ಷಣೆ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ಪಡೆಯುವ ಮನೆ ಸಾಲ, ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಲಗಳೂ ಇದಕ್ಕೆ ಹೊರತಾಗಿಲ್ಲ. ಈ ಅರ್ಜಿ / ದಾಖಲೆಗಳ ಪರಿಭಾಷೆ ಹೇಗಿರುತ್ತದೆಯೆಂದರೆ, ಅವು ಸಾಲ ಪಡೆಯುವ / ಮನೆಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನೇ ಮೂರ್ಖರನ್ನಾಗಿಸುತ್ತವೆ!



ಇಲ್ಲಿಯೇ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕು, ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಪ್ರಧಾನವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಹೊಸ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೇನಲ್ಲ, ಹೊಸದೆಹಲಿಯಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ನಡೆದ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಕುರಿತಾದ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಮ್ಮೇಳನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಯವರು ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಇದು ನಮ್ಮ ಪುರಾತನ ಗ್ರಂಥಗಳಲ್ಲೇ ಉಲ್ಲೇಖಿತವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಧಾನಿಯವರು ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ 2500 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆಯೇ ಅಂದರೆ, ಕೌಟಿಲ್ಯನ ಕಾಲದಲ್ಲೇ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ಹೇಗೆ ನಿಯಂತ್ರಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟ ನಿರ್ದೇಶನಗಳಿದ್ದವು.

ಆಧುನಿಕ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆ ಎರಡನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ - 1986, ತರುವುದರೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಆಂದೋಳನ ಹೊಸ ಆಯಾಮ ಪಡೆಯಿತು. ಈ ಕಾಯ್ದೆಗೆ ತಿದ್ದುಪಡಿ (ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ವಿಧೇಯಕ) ತರುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ನಡೆದಿದ್ದು, ಸಂಸತ್ತಿನ ಚಳಿಗಾಲದ ಅಧಿವೇಶನದಲ್ಲಿ ಮಂಡನೆಯಾಗುವ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಇದೆ. ಸರಕು ಸೇವೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಅಳತೆ ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಸರ್ಕಾರ ವಿವಿಧ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಐಎಸ್ಐ ಗುರುತು, ಚಿನ್ನದ ಆಭರಣಗಳಿಗೆ ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್, ರೇಷ್ಮೆ ಉತ್ಪಾದನೆಗಳಿಗೆ ಸಿಲ್ಕ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಹಾಗೂ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸ್ಥಿರಾಸ್ತಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಿಸಲು ಸರ್ಕಾರ ತಂದಿರುವ ನಿಯಂತ್ರಣ ಕ್ರಮ ಆರ್‌ಇಆರ್‌ಎ ಕೂಡಾ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸೇರಿದೆ. ನೇರ ಲಾಭ ವರ್ಗಾವಣೆ, ಉಜ್ಜಲಾ ಮೊದಲಾದವು ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಫಲಾನುಭವಿಗಳನ್ನು ಮೋಸದಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಒದಗಿಸುವ ಉಪಕ್ರಮಗಳಾಗಿವೆ. ಸರಕು / ಸೇವೆಗಳ ಗ್ರಾಹಕರು, ಸಂಕಷ್ಟ, ಕುಂದು ಕೊರತೆಗಳ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬಗ್ಗೆಯೂ ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ / ಬಳಕೆದಾರರ ಪರಿಹಾರ ಕ್ರಮಗಳೂ ಅಂತರ್ಗತವಾಗಿವೆ. ಸಂತ್ರಸ್ತ ಗ್ರಾಹಕರು ಲೋಕ ಅದಾಲತ್, ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ, ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹಾರ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ಮೊದಲಾದ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸರ್ಕಾರ ವಿವಿಧ ಉಪಕ್ರಮಗಳ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗೆ ಮುಂದಾಗುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರೂ ಕೂಡಾ ರಕ್ಷಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಸರಕು / ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವಾಗ ತಮ್ಮ ಹಿತರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ದಾಷ್ಟ್ಯತೆ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರಬೇಕು. □

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ: ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಮುನ್ನುಡಿ



* ಅವಿನಾಶ್ ಕೆ ಶ್ರೀವಾಸ್ತವ



ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಚಳವಳಿಯು
ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು
ಅರ್ಥವತ್ತಾಗಬೇಕಾದರೆ,
ಅದಕ್ಕೆ
ಸರ್ಕಾರ,
ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು,
ವಿವಿಧ ಸಂಘಟನೆಗಳು,
ನಾಗರಿಕ ಸಮಾಜ,
ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾದ-
ಶಾಲೆ, ಕಾಲೇಜು,
ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಗಳು
ಮತ್ತು
ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ
ಸಕ್ರಿಯ ಬೆಂಬಲ ಅತ್ಯಗತ್ಯ.
ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ,
ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಉದ್ದೇಶವು
ಕೂಡಲೇರಬೇಕಾದರೆ,
ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಬೆಂಬಲವೂ
ಅತ್ಯಂತ ಅವಶ್ಯನಿಲ್ಲಿದೆ.

ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ನ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಜನಕಲ್ಯಾಣ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕೆ ಶ್ರಮಿಸುವುದು ಸರ್ಕಾರವೊಂದರ ಆದ್ಯ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಸಂವಿಧಾನವು ಕೆಲವೊಂದು ರಾಜ್ಯ ನಿರ್ದೇಶಕ ತತ್ವಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿದ್ದು, ನ್ಯಾಯಾಧೀನತೆಗೆ ಒಳಪಡದಿದ್ದರೂ ಈ ತತ್ವಗಳೇ ದೇಶದ ಆಡಳಿತಕ್ಕೆ ಮೂಲಾಧಾರವಾಗಿವೆ. ಜೊತೆಗೆ, ರಾಷ್ಟ್ರದ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೂ ಇವು ಆಧಾರ ಸ್ತಂಭಗಳಾಗಿವೆ. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಹಕ್ಕುಗಳ ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕೆ ಸಂವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿರುವ ಕಳಕಳಿಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರ ಒಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಯೋಗಕ್ಷೇಮವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳ ಅನುಸರಣೆ, ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ತಾನು ಖರೀದಿಸುವ ವಸ್ತುವಿನ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಪ್ರಮಾಣ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ರಚನೆ, ಸಂಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. 1986ರಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ /ಗ್ರಾಹಕ ಚಳವಳಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಮೈಲಿಗಲ್ಲು ಎನಿಸಿದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಗತಿಶೀಲ ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಪಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಸಮಗ್ರ ಕಾಯ್ದೆ

ಇದಾಗಿದೆ. ಶಿಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಅಪರಾಧ ತಡೆಯನ್ನು ಮೂಲ ಸ್ವರೂಪಗಳನ್ನಾಗಿ ಒಳಗೊಂಡ ಇತರ ಕಾನೂನುಗಳಂತಲ್ಲದೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೂ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯ 6ನೇ ಪರಿಚ್ಛೇದದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆರು ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ದಯಪಾಲಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ಬಲವರ್ಧನೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಆ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳು ಮುಂದಿನಂತಿವೆ :

1) ಸುರಕ್ಷತೆ ಹಕ್ಕು : ಜೀವ ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿ-ಪಾಸ್ತಿಗಳಿಗೆ ಅಪಾಯಕಾರಿಯಾದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ಪ್ರಚಾರದಿಂದ ತಮ್ಮನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಒಂದು ವಸ್ತು ಅಥವಾ ಸೇವೆ ಜೀವ ಅಥವಾ ಆಸ್ತಿ-ಪಾಸ್ತಿಗೆ ಅಪಾಯಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಈ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಅಂತಹ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬಳಕೆ ಕುರಿತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅಥವಾ ತಯಾರಕರು ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನೂ ನೀಡಬೇಕು.

2) ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು : ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಪ್ರಮಾಣ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಶುದ್ಧತೆ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿದೆ. ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಈ ಹಕ್ಕು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ

* ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಇಲಾಖೆ, ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ. E-mail: secy-ca@nic.in

ನೀಡುವುದರಿಂದ, ಅವರು ತಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಜೀವನಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಅಭಿರುಚಿಗೆ ಒಪ್ಪುವ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶವಾಗುತ್ತದೆ.

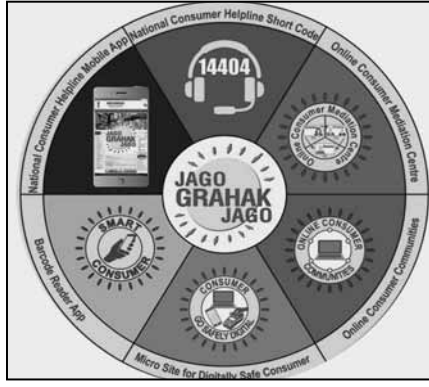
3) **ಆಯ್ಕೆ ಹಕ್ಕು :** ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಕಡಿಮೆ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವಂತಾಗಲು, ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಬೇಕು.

4) **ಸಮಸ್ಯೆ ಆಲಿಕೆ ಹಕ್ಕು :** ಈ ಹಕ್ಕು, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯ ಮುಖ್ಯ ತಿರುಳಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ಒಂದು ವೇಳೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಂಚನೆ, ಅನ್ಯಾಯಗಳಾದಲ್ಲಿ, ಸೂಕ್ತ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅವರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯ ಆಶ್ವಾಸನೆಯನ್ನು ಈ ಹಕ್ಕು ದಯಪಾಲಿಸುತ್ತದೆ.

5) **ಪರಿಹಾರ ಹಕ್ಕು :** ಒಂದು ವೇಳೆ, ಗ್ರಾಹಕನೊಬ್ಬ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿ ಅಥವಾ ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಯಿಂದಾಗಿ ನಷ್ಟ ಅಥವಾ ಹಾನಿಗೆ ಗುರಿಯಾಗಿ, ಈ ಸಂಬಂಧ ಆರೋಪಗಳು ಸಾಬೀತಾದಲ್ಲಿ, ದೂರು ದಾಖಲಿಸಲಾದ ವೇದಿಕೆಯು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ನಷ್ಟ ಪರಿಹಾರ ದೊರೆಯುವಂತೆ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

6) **ಶಿಕ್ಷಣದ ಹಕ್ಕು :** ಈ ಹಕ್ಕು, ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳಿಂದ ಅನ್ಯಾಯವಾದರೆ ಪರಿಹಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ಕುರಿತ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಶಾಲಾ ಪಠ್ಯ ಅಥವಾ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು, ದೇಶದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸಿವಿಲ್ ಕೋರ್ಟ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಕಾನೂನು ಪರಿಹಾರಗಳಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯವಾದ, ಮೂರು ಹಂತದ ವಿಶೇಷ ಪರಿಹಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂತ್ರಸ್ತ ಗ್ರಾಹಕನು ತಾನು ಖರೀದಿಸಿದ ಸರಕು ಅಥವಾ ತಾನು



ಪಡೆದ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿನ ವ್ಯತ್ಯಯಗಳಿಗೆ, ತಯಾರಕರು ಅಥವಾ ಸರಕು-ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಅನುಸರಿಸುವ ನಿಬಂಧಿತ / ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳಿಗೆ ಸರಳ, ಕ್ಷಿಪ್ರ ಹಾಗೂ ಕಡಿಮೆ ಖರ್ಚಿನಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಈ ಕಾಯ್ದೆ ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು ಕೆಲವು ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತವೆನಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ವರೂಪದ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದರೆ, ಮತ್ತೆ ಕೆಲವು ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರಧನಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕನ ನೆರವಿನಿಂದ ಮಾತ್ರ ಒಂದು ಮುಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವು ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವೆ ಸಮತೋಲನ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವ ಹಾದಿಯಾಗಿದೆ. ಶಿಕ್ಷಣವು ಸಮಂಜಸ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತಾಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೆರವು ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಬಂಧ ವಂಚನೆಗಳಿಂದ ಅವರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರ ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಜಿತ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿ ಅಭಿಯಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಒದಗಿಸಬೇಕಿದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ವಂಚನೆಗೊಳಗಾಗುವ ಮಕ್ಕಳು, ಮಹಿಳೆಯರು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ರೈತರು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಕುಟುಂಬಗಳು ಮತ್ತು ದುಡಿಯುವ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಈ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಲು ಒತ್ತು ನೀಡಬೇಕಿದೆ.

ಭಾರತವು 125 ಕೋಟಿ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಹೊಂದಿರುವ ಬೃಹತ್ ದೇಶವಾಗಿದ್ದು,

ಈ ಪೈಕಿ ಬಹುತೇಕ ಮಂದಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲೇ ವಾಸಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಸರ್ಕಾರ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವಿಧ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ದೇಶವ್ಯಾಪಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿಯೇ ಇಂದು “ಎಚ್ಚರ ಗ್ರಾಹಕ ಎಚ್ಚರ” (ಜಾಗೋ ಗ್ರಾಹಕ ಜಾಗೋ) ಘೋಷಣೆ ಮನೆ ಮನೆ ಮಾತಾಗಿ, ಮಾರ್ಪಟ್ಟಿದೆ.

ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ, ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಸರ್ಕಾರಿ ಇಲಾಖೆಗಳು/ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜೊತೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಜಂಟಿ ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಳನಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಸಮಗ್ರವಾಗಿ ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಆಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ‘ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ (ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎಐ); ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಭಾರತೀಯ ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ (ಆರ್‌ಬಿಬಿ); ಔಷಧಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ‘ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಔಷಧ ಬೆಲೆ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ (ಎನ್‌ಪಿಪಿಎ) ಜೊತೆ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಟಿ.ವಿ., ರೆಡಿಯೊ, ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ಹೊರಾಂಗಣ ಜಾಹಿರಾತು ಸೇರಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಳನ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ‘ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಚಾರ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯ’ದ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ಜಾಗೃತಿ ಆಂದೋಳನಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ಹಿಂದುಳಿದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುತ್ತಿರುವ ಜನರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ರಾಜ್ಯಗಳು/ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ಜಾತ್ರೆ/ಹಬ್ಬಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಲು ಸರ್ಕಾರ ನಿರ್ಧರಿಸಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾತ್ರೆ/ಹಬ್ಬಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ಹಿಂದುಳಿದ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ ಈ ನಿರ್ಧಾರ ಕೈಗೊಂಡಿದೆ.

ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಗ್ರಾಹಕರೇ. ಇಂದಿನ ಗ್ರಾಹಕರು ತುಂಬಾ ಕ್ಷಿಪ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 20ನೇ ಶತಮಾನದ ಮಧ್ಯಭಾಗದಿಂದ ಈಚೆಗೆ ವಿವಿಧ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ಪ್ರಭಾವಗಳು ಮತ್ತು ಅಂಶಗಳ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ

ಜೀವನಶೈಲಿ, ಅನುಭೋಗ ಅಭಿರುಚಿಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿವೆ. ಜನರ ಸಂಚಾರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ, ಹೊಸ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಪರಿಚಯ, ಹೊಸ ಖರೀದಿ ವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯತೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದ್ದು, ಅವರ ನಿಷ್ಠೆಯ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ.

ಅಗಾಧ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿನ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅಗತ್ಯಗಳ ಪೂರೈಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗದೆ ಇರಬಹುದು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಹೊಸ ಕೃತಕ ಅಗತ್ಯಗಳ ಸೃಷ್ಟಿಗೂ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ಉದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತು ವಲಯಗಳಿಂದ ಬರುವ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರೂ ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ಬೇರ್ಪಡಿಸಿ, ನೈಜ ಅಗತ್ಯ ಯಾವುದೆಂದು ತೀರ್ಮಾನಿಸಲಾರರು. ಗ್ರಾಹಕರು ನೈಜ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹ್ಯ ಅಗತ್ಯಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅವಶ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅವರು ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ಸರಿಹೊಂದುವ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನಷ್ಟೇ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಕ್ಷಿಪ್ರ ಬದಲಾವಣೆ ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗದಲ್ಲಿರುವ ಸಂಭವನೀಯ ಅಪಾಯಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಅನುಭೋಗದಿಂದ ತಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಉಂಟಾಗಬಹುದಾದ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯವೆನಿಸಿದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿದ ಗ್ರಾಹಕರ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟವನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರೋದ್ಯಮಗಳು ತಮಗೆ ಅಪಾಯವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸದೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಆ ಶಿಕ್ಷಣವು ಪೂರಕವೆಂದು ತಿಳಿಯಬೇಕು. ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ತಮ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಮಟ್ಟ ಹೆಚ್ಚುವುದರಿಂದ, ಅದು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯ ಮೇಲೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿ, ಕಂಪನಿಗಳೂ ತಮ್ಮ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಉತ್ತಮಪಡಿಸುತ್ತವೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆ ಜಾರಿಯನ್ನು ಒಂದು ಯಶಸ್ವಿ ಕಾಲಾಗುತ್ತಿದೆಯಾದರೂ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಟ್ಟದ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಸಾಧಿಸುವಲ್ಲಿ ನ್ಯೂನತೆಗಳು ಇವೆ. ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಕೊರತೆ, ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವಿಧ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲೆ ನಿಯಂತ್ರಣವಿಲ್ಲದಿರುವುದು, ಹಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ಅಂಶಗಳು ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯವಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಗುಣಮಟ್ಟ, ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಬೀರಬಹುದಾದ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆಯೂ ವ್ಯಾಪಾರೋದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಅರಿವಿನ ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಕಡಿಮೆ ಇರಲು, ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಅರಿವಿನ ಕೊರತೆಯು ಮೂಲ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ದೇಶದಲ್ಲಿ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅನುಪಸ್ಥಿತಿ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತೀಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಅವುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವ ಸ್ಥಿತಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಬೇಕಾದರೆ, ಮೊದಲು ದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಅಂತಃಪ್ರೇರಣೆ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಬೇಕು. ಇದನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ 'ಬಿಐಎಸ್' ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಹಾಲಿ 'ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆ-1986'ಗೆ ಸಮಗ್ರ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತರಲಾಗಿದೆ. ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ, ಕಾರ್ಯಾರ್ಥಕ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಾರ್ಥವಾಗಿಸಲು ಹೊಸ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ತರುವ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯು ಕಳೆದ 30 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ವಿಧೇಯಕ-2015 ಮತ್ತು ಹೊಸದಾಗಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾದ 'ಬ್ಯೂರೋ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯನ್ ಸ್ಟ್ಯಾಂಡರ್ಡ್ಸ್' ಕಾಯ್ದೆ- 2016 ಇವುಗಳು ಅಂತಹ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಇಂಬು ನೀಡುವ ಮೂಲ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗಿವೆ.



ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಧಾನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳೆಂದರೆ :

* ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಉತ್ತೇಜನ, ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಜಾರಿ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ 'ಕೇಂದ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ' (ಸಿಸಿಪಿಎ) ಸ್ಥಾಪನೆ. ಅಗತ್ಯವಾದೆಡೆ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ವಂಚನೆಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುವ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ತಡೆಯುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಅಂತಹ ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ಸರಕುಗಳ ವಾಪಸಾತಿ, ಹಣ ಮರುಪಾವತಿಯಂತಹ ಶಿಸ್ತು ಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಆದೇಶ ನೀಡುತ್ತದೆ.

* ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನದಿಂದ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಆಸ್ತಿ-ಪಾಸ್ತಿಗೆ ಹಾನಿ, ಸಾವು ಮುಂತಾದ ಅಪಾಯಗಳು ಸಂಭವಿಸಿದಲ್ಲಿ, 'ಉತ್ಪನ್ನ ಜವಾಬ್ದಾರಿ' ಕ್ರಮದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನೇ ಇದಕ್ಕೆ ಹೊಣೆಯಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಪರಿಹಾರ ಕೊಡಿಸಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ.

* ಇದರ 'ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ' ನೀತಿಯು, 'ಬದಲಿ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥ' (ಎಡಿಆರ್) ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದರ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಶಾಸನಬದ್ಧವಾಗಿ, ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಮೂಲಕ ಪರಿಹಾರ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಇಡೀ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸರಳ ಮತ್ತು ಕ್ಷಿಪ್ರವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರ ಮುಖಾಂತರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

* ಗ್ರಾಹಕರ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸರಳಗೊಳಿಸಲು

ಹಲವು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜುಲಾನೆ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಹೆಚ್ಚಳ, ದೂರುಗಳ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಳ, ಜಿಲ್ಲಾ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಮರುಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡುವ ಅಧಿಕಾರ, 'ಸರ್ಕ್ಯೂಟ್ ಬೆಂಚ್' ಸ್ಥಾಪನೆ, ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಗಳ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರ ನೇಮಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸುಧಾರಣೆ, ಎಲೆಕ್ಟಾನಿಕ್ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಲು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ವಾಸ್ತವ್ಯದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲೇ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಲು ಅವಕಾಶ, 21 ದಿನದೊಳಗೆ ದೂರನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಧಾರ ಕೈಗೊಳ್ಳದಿದ್ದರೆ, ಅಂತಹ ದೂರನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸುವ ನಿಯಮ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ಕ್ರಮಗಳು ಇದರಲ್ಲಿ ಸೇರಿವೆ. ಇಂದು ಕೈಗಾರಿಕೀಕರಣಗೊಂಡ ಎಲ್ಲಾ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳೂ ಅಳತೆ ನಿಖರತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣದ ಹೊಣೆ ಹೊತ್ತ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದರೆ, ರಾಷ್ಟ್ರವೊಂದರ ಆರ್ಥಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಹಾಗೂ ಸಮೃದ್ಧತೆಗೆ, ಅಳತೆ ನಿಖರತೆಯ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಗೆ ಸಮಾಜ ನೀಡುವ ಮಹತ್ವ ಎಷ್ಟೆಂಬುದು ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಭಾರತವೂ ಹೊರತಾಗಿಲ್ಲ. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಸುದೀರ್ಘ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ಮಾಪನವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡಿದೆ. ಒಂದು ಸಮಗ್ರ ಯೋಜನೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಹಾಗೂ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗೆ ಏಕೀಕರಣ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣವನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 'ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಕಾಯ್ದೆ'ಯನ್ನು 1956ರಲ್ಲಿ ಮೊದಲು ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಯಿತು. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು, 'ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ ಸಂಸ್ಥೆ' ಗುರುತಿಸಿದ್ದ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿತ್ತು.

ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕತೆಗಳ ಜಾಗತೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ತೂಕ ಮತ್ತು ಮಾಪನ ತಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆ ಇಲಾಖೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೂ

ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸಲು, ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆ ಒಳಗೊಂಡ ವ್ಯಾಪಾರಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಹಾಗೂ ತೂಕ-ಅಳತೆ ಅಥವಾ ಸಂಖ್ಯೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸರಕುಗಳ ಮಾರಾಟ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು 1-4-2014 ರಂದು 'ಕಾನೂನು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ ಕಾಯ್ದೆ-2009' ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಯಿತು. ಕಾನೂನು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ ಕಾಯ್ದೆ-2009 (2010ರ ಕಾಯ್ದೆ 1) 1976ರ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆ ಕಾಯ್ದೆ ಮತ್ತು 1985ರ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆ (ಜಾರಿ) ಕಾಯ್ದೆಯ ಸ್ಥಾನಗಳನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಿ, ಅವುಗಳ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಮರುಭರ್ತಿ ಮಾಡಿತು. ಕಾನೂನು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹೊಣೆಯು ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ನಡುವೆ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ ರೂಪಣೆ ಮತ್ತು ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಏಕೀಕರಣ ಕಾನೂನುಗಳು, ತಾಂತ್ರಿಕ ನಿಯಂತ್ರಣ, ತರಬೇತಿ, ಖಚಿತತೆ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯ ಸೌಲಭ್ಯ ಕಲ್ಪಿಸುವುದು, ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಶಿಫಾರಸುಗಳ ಅನುಷ್ಠಾನ ಮುಂತಾದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿವೆ. ದೈನಂದಿನ ಕಾನೂನು ಜಾರಿಯು ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾನೂನು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗಳನ್ನು ಅಹಮದಾಬಾದ್, ಭುವನೇಶ್ವರ್, ಬೆಂಗಳೂರು, ಫರೀದಾಬಾದ್, ಗುವಾಹತಿ, ನಾಗಪುರ ಮತ್ತು ವಾರಣಾಸಿಯಲ್ಲಿರುವ ಏಳು 'ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಶಿಫಾರಸು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯ' ಗಳಲ್ಲಿ (ಆರ್‌ಆರ್‌ಎಸ್‌ಎಲ್) ನಿಷ್ಕರ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯಗಳು ಆಯಾ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೂ ತೂಕ ಮತ್ತು ಮಾಪನ ನಿಷ್ಕರ್ಷೆ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ತೂಕ ಮತ್ತು ಮಾಪನ ಸಾಧನಗಳ ಮಾದರಿ ಅನುಮೋದನೆಗೆ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಇವುಗಳೂ ಸೇರಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಬದಲಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ 'ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯವಾಣಿಯನ್ನು' (ಎನ್‌ಸಿಹೆಚ್) ಸ್ಥಾಪಿಸಿದೆ. ಶುಲ್ಕರಹಿತ ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಾದ 1800-11-4000 ಅಥವಾ



14404 ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಲಹೆ, ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಿ, ಅವರನ್ನು ಬಲವರ್ಧನೆಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ತಯಾರಕರ ಗಮನಕ್ಕೆ ತರುವ ಮೂಲಕ ನೀತಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಪಾಡಿಗೆ ಸೂಚಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಜಾಗತಿಕ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆಯೂ ಮನವೊಲಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. 'ಎನ್‌ಸಿಹೆಚ್', 325 ಪ್ರಮುಖ ಕಂಪನಿಗಳ ಜೊತೆ ಒಡಂಬಡಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಿ, ಅವರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪಡೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಇನ್‌ಗ್ರಾಮ್

ಗ್ರಾಹಕರು, ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು, ನಿಯಂತ್ರಕರು, ಒಂಬುಡ್‌ಮನ್, ಕಾಲ್‌ಸೆಂಟರ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಂದೇ ವೇದಿಕೆಗೆ ತರುವನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 'ಸಮಗ್ರ ದೂರು ಪರಿಹಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ' (ಇಂಟಿಗ್ರೇಟೆಡ್ ಗ್ರೀವಿಂಗ್ಸ್ ರಿಡ್ರೆಸ್ ಮೆಕ್ಯಾನಿಸಂ) ಪೋರ್ಟಲ್ ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಪೋರ್ಟಲ್, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಅವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ಪೋರ್ಟಲ್ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ದೂರುಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. 'ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯವಾಣಿ'ಯು ಈಗ ಈ ಪೋರ್ಟಲ್ ಮೂಲಕವೂ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ, ಮೊಬೈಲ್ ಆಪ್ ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ದೇಶಾದ್ಯಂತ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರೂ 'ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯವಾಣಿ'ಯನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು ಸುಲಭವಾಗಿ ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಐದು ಅಂಕಿಗಳ ಶಾರ್ಟ್ ಕೋಡ್ 14404 ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯವಾಣಿಗಳು:
ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಮೂಲಕ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕೆ ನೆರವಾಗುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳೂ 'ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯವಾಣಿ'ಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿವೆ.

ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಕನ್ಸೂಮರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್:
ಬಾರ್‌ಕೋಡ್ ಸ್ಕ್ಯಾನ್ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಲು 'ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಕನ್ಸೂಮರ್' ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಅನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆಪ್ ಬಳಸಿ, ಬಾರ್‌ಕೋಡ್ ಸ್ಕ್ಯಾನ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ವಸ್ತುವಿನ ಹೆಸರು, ತಯಾರಕರ ವಿವರ, ತಯಾರಾದ ವರ್ಷ ಮತ್ತು ತಿಂಗಳು, ನಿವ್ವಳ ತೂಕ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಹಾಯ ವಿವರಗಳು ಮುಂತಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು. ಖರೀದಿಸಿದ ವಸ್ತುವಿನಲ್ಲಿ ನ್ಯೂನತೆಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಆಪ್ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಗಾಮಾ : ಜನರ ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಹಾವಳಿಯನ್ನು ತಡೆಯುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ 'ದಾರಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿರುದ್ಧ ದೂರುಗಳು' (ಗ್ರೀವಿಯನ್ಸ್ ಅಗೆನ್ಸ್ಟ್ ಮಿಸ್‌ಲೀಡಿಂಗ್ ಅಡ್ವರ್ಟೈಸಿಂಗ್-ಗಾಮಾ) ಎಂಬ ಪೋರ್ಟಲ್ ಆರಂಭಿಸಿದೆ. ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಗ್ರಾಹಕರು ಈ ಪೋರ್ಟಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಕವೇ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರತಿ/ದ್ವನಿ/ದೃಶ್ಯ ಸಮೇತ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು.

ಆನ್‌ಲೈನ್ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹಾರ : ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಕವೂ ಪರಿಹರಿಸಲು ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ 'ಆನ್‌ಲೈನ್ ಗ್ರಾಹಕ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಕೇಂದ್ರ'ವನ್ನು ಬೆಂಗಳೂರಿನ 'ಭಾರತದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ'ದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಕ ಪರಿಹರಿಸಲು ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಒದಗಿಸುವುದು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ನೇತೃತ್ವದ ಈ ವೇದಿಕೆಯ



ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಹಾಗೂ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಈ ಕೇಂದ್ರವು ವಿನೂತನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥದ ಮೊದಲ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಯನ್ನು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಮತ್ತು ಸರಳ ಪರಿಹಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ನ್ಯಾಯಪಡೆಯಲು ವಿನೂತನ ಸಾಧನವನ್ನು ಈ ವೇದಿಕೆ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಜೊತೆಗೆ ವ್ಯಾಪಾರೋದ್ಯಮಿಗಳಿಗೂ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಗ್ರಾಹಕ ಸಮುದಾಯಗಳು:
'ಸ್ಥಳೀಯ ವೃತ್ತಗಳು' ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಸರ್ಕಾರವು 'ಆನ್‌ಲೈನ್ ಗ್ರಾಹಕ ಸಮುದಾಯಗಳು' ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ. ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ಜೀವನದ ದೈನಂದಿನ ವಿಚಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಾಗರಿಕರ ಪರಸ್ಪರ ಚರ್ಚೆಗೆ ವೇದಿಕೆ ಒದಗಿಸಿಕೊಡುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶ. ಇದರ ಮುಖಾಂತರ ನಾಗರಿಕರು ಸರ್ಕಾರ, ನಗರ, ನೆರೆಹೊರೆ ಸಮಾನ ಉದ್ದೇಶ, ಸಮಾನ ಆಸಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಇತರ ಯಾವುದೇ ಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಬಹುದು.

ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸುರಕ್ಷತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅಭಿಯಾನ : ಭಾರತವು ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಅತಿಹೆಚ್ಚು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಕೆದಾರರಿರುವ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೆನಿಸಿದೆ. ಎಲ್ಲಾ ವಲಯಗಳಲ್ಲೂ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ದಿನನಿತ್ಯ ನಡೆಸುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸುರಕ್ಷತೆ ಕುರಿತು ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರ 'ಪಾರ್ಟ್‌ನರ್ ಕಂಪನಿ' ಸಹಯೋಗದಲ್ಲಿ 'ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ, ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಭದ್ರತೆ' ಹೆಸರಿನ ವಾರ್ಷಿಕ ಅಭಿಯಾನವನ್ನು

ಆರಂಭಿಸಿ, ಅದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಭದ್ರತೆ ಕುರಿತು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸುಶಿಕ್ಷಿತರನ್ನಾಗಿಸಲು ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಸ್ವರೂಪದ ಶೋಷಣೆಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಹಲವಾರು ಕಾಯ್ದೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ : ಭಾರತೀಯ ದಂಡ ಸಂಹಿತೆ, 1860; ಭಾರತೀಯ ಒಪ್ಪಂದ ಕಾಯ್ದೆ, 1872; ಔಷಧ ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾಯ್ದೆ, 1950; ಕೈಗಾರಿಕೆ (ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ) ಕಾಯ್ದೆ, 1951; ಭಾರತೀಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಮಾರ್ಕ್ಸ್) ಕಾಯ್ದೆ, 1952; ಔಷಧ ಮತ್ತು ಮ್ಯಾಜಿಕ್ ಪರಿಹಾರ (ಆಕ್ಟಿಪಾಹ್ ಜಾಹಿರಾತು) ಕಾಯ್ದೆ, 1954; ಆಹಾರ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆ ಕಾಯ್ದೆ, ಅಗತ್ಯ ಸರಕುಗಳ ಕಾಯ್ದೆ, 1955; ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳ ಗುರುತು ಕಾಯ್ದೆ, 1958; ಬಾಡಿಗೆ ಖರೀದಿ ಕಾಯ್ದೆ, 1972; ಸಿಗರೇಟ್ (ಉತ್ಪಾದನೆ, ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಹಂಚಿಕೆ ನಿಯಂತ್ರಣ) ಕಾಯ್ದೆ, 1975; ಕಾಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಡೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯ ವಸ್ತುಗಳ ಅಬಾಧಿತ ಪೂರೈಕೆ ಕಾಯ್ದೆ 1980; ಅಗತ್ಯ ವಸ್ತುಗಳ (ವಿಶೇಷ ನಿಯಮಗಳು) ಕಾಯ್ದೆ, 1981; ಕಾನೂನು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ ಕಾಯ್ದೆ, 2009; ನಾರ್ಕೋಟಿಕ್ ಡ್ರಗ್ಸ್ ಆಂಡ್ ಸೈಕೋಟ್ರಾಪಿಕ್ ಸಬ್‌ಸ್ಟೆನ್ಸ್ ಕಾಯ್ದೆ, 1985. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪೂರ್ವ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದ್ದ, ಸರಕು ಮಾರಾಟ ಕಾಯ್ದೆ, 18930; ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ (ಶ್ರೇಣೀಕರಣ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ) ಕಾಯ್ದೆ, 1837; ಹಾಗೂ ಔಷಧ ಮತ್ತು ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕ ಕಾಯ್ದೆ, 1940ಕ್ಕೆ ಹಲವು ಮಹತ್ವದ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಮಾನದಂಡಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೂಲಾಂಶಗಳಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರ, ಮಾನಕೀಕರಣ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಮಾಹಿತಿ, ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಆಶ್ವಾಸನೆ/ ಅನುರೂಪತೆ ಪರೀಕ್ಷೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ, ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಜಾರಿ ಹಾಗೂ ಖಾತರಿ ಸೇರಿದಂತೆ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಿದೆ.

(12ನೇ ಪುಟಕ್ಕೆ)

ಖದೀದಿದಾರರರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ: ಇತ್ತೀಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ



* ಪ್ರೊ. ಡಿ ಪಿ ಎಸ್ ವರ್ಮಾ



ಗ್ರಾಹಕರ
ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳಿಗೆ
ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವ
ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು
ದೂರು ದಾಖಲಿಸಿದಾಗ
ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ.
ಶೂಕ್ರ
ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ
ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು.
ಅದು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರ
ದೂರಿನ ವಿಚಾರಣೆ
ನಡೆಸಿ
ನೈಸರ್ಗಿಕ
ನ್ಯಾಯದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳ
ಮೂಲಕ
ಶೂಕ್ರ ಆದೇಶವನ್ನು
ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಯ ಮೂಲ ಅಮೆರಿಕ ಸಂಯುಕ್ತ ಸಂಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ಉದ್ಯಮ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಂದಾಗಿ ಕಂಪನಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಗ್ರಾಹಕರು ಅಸಂತುಷ್ಟರಾಗಿದ್ದ 1960ರ ದಶಕದ ಆರಂಭದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಯುವ ವಕೀಲ ರಾಲ್ಫ್ ನಡಾರ್ ಎಂಬವರು ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳಿಗಾಗಿ ಹೋರಾಟ ಆರಂಭಿಸಿದರು. 1962ರ ಮಾರ್ಚ್ 15ರಂದು ಆಗಿನ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಜಾನ್ ಎಫ್. ಕೆನಡಿ, ಅಮೆರಿಕ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ (ಸಂಸತ್ತು)ನಲ್ಲಿ ಹೇಳಿಕೆ ನೀಡಿ ಗ್ರಾಹಕರ ನಾಲ್ಕು ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವ ಘೋಷಣೆ ಮಾಡಿದರು. ಆ ಹಕ್ಕುಗಳೆಂದರೆ 1) ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಹಕ್ಕು, 2) ಮಾಹಿತಿಯ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು, 3) ಆಯ್ಕೆಯ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು 4) ತಮ್ಮ ಅಹವಾಲು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಹಕ್ಕು.

ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಕೆನಡಿಯವರು ಜಾರಿಗೆ ತಂದ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳ ಕಾಯ್ದೆಯ ಸ್ಮರಣಾರ್ಥವಾಗಿ ಪ್ರತಿವರ್ಷ ಮಾರ್ಚ್ 15ನ್ನು ವಿಶ್ವ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕು ದಿನವನ್ನಾಗಿ ಆಚರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. 1985ರ ಏಪ್ರಿಲ್ 9ರಂದು ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸುರಕ್ಷತೆಗಾಗಿ ಹಲವಾರು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಸುರಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಕಾನೂನುಗಳನ್ನು ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡಿ ಅದರಲ್ಲಿ ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆ ಮಹಾ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯವರು ಮನವಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡರು. ಆ ಬಳಿಕ ಗ್ರಾಹಕ

ಸುರಕ್ಷತೆ ಕಾನೂನುಗಳು ವಿಶ್ವದ ಬಹುತೇಕ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದಿತು. ಅನೇಕ ದೇಶಗಳು ಅದರಲ್ಲೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಮೆರಿಕ, ಬ್ರಿಟನ್, ಫ್ರಾನ್ಸ್, ಜರ್ಮನಿ, ಸ್ವಿಡನ್ ಮತ್ತು ನಾರ್ವೆಯಂತಹ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಆಂದೋಳನಗಳು ಪ್ರಬಲವಾಗಿದ್ದು, ಇದಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಕಾನೂನು ಬೆಂಬಲವೂ ಇದೆ. ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ಉದ್ಯಮ ವ್ಯವಹಾರದ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ತಡೆ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಸುರಕ್ಷತೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುವ ಕಾನೂನು ಅವಕಾಶಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘ ಕಾಲದಿಂದ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಇದರ ಹೊರತಾಗಿ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುವ ಇಂತಹ ಅನೇಕ ಕಾನೂನುಗಳು (ಕೋಷ್ಟಕ - 1 ನೋಡಿ) ಇದ್ದರೂ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿ ಸುರಕ್ಷತೆ ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಇವುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದೆ. ಶಾಸನಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಕಾನೂನಿನ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಔಷಧ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾಧನ ಸಾಮಗ್ರಿ ಕಾಯ್ದೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ, ಆಮದು ಮಾಡಿಕೊಂಡ, ಸರಬರಾಜು ಆದ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಔಷಧ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾಧನ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಖಾತರಿ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಹುಮುಖಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ನ್ಯೂನತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸರಕು ಸರಬರಾಜು ತಡೆ, ಸೇವಾ ಕೊರತೆಗಳು, ನಿರ್ಬಂಧಿತ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ಚಟುವಟಿಕೆ, ದುಬಾರಿ ಬೆಲೆ ಹಾಗೂ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಎದುರಿಸಿದ

* ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಕಾನೂನು ಪರಿಣತರು. E-mail : dpsverma@hotmail.com



ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ಏಕೀಕೃತ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿದ ಒಂದೇ ಒಂದು ನಿದರ್ಶನ ಕೂಡ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಅದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಮಿಗಿಲಾಗಿ ಶಾಸನವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತರಲಾಗಿಲ್ಲ. ಇಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಬಹುತೇಕ ಶಾಸನಗಳ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಪಡೆದ ಪ್ರಕರಣಗಳು ಕಾಣುತ್ತಿಲ್ಲ.

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ , 1986

ಭಾರತದ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ಚಳವಳಿಯ ಮಹತ್ವದ ಮೈಲುಗಲ್ಲು ಎಂದರೆ 1986ರ ಡಿಸೆಂಬರ್ 24ರಂದು ಜಾರಿಯಾದ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ (ಸಿಪಿಎ). ಬಳಿಕ 1991, 1993 ಮತ್ತು 2002ರಲ್ಲಿ ಇದಕ್ಕೆ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತರಲಾಯಿತು. ಜಿಲ್ಲಾ, ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮೂರು ಹಂತದ ನ್ಯಾಯಮಂಡಳಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಹಾಗೂ ವೆಚ್ಚ ರಹಿತವಾಗಿ ಇತ್ಯರ್ಥ ಪಡಿಸುವ ಮತ್ತು ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಲು ನೆರವಾಗುವ ಉದ್ದೇಶ ಇದಕ್ಕಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳು

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳು ಈ ಮುಂದಿನಂತಿವೆ :

- ಎ) ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತ ಮಾರಾಟದ ವಿರುದ್ಧದ ರಕ್ಷಣೆಯ ಹಕ್ಕು.
- ಬಿ) ಗುಣಮಟ್ಟ, ಪ್ರಮಾಣ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಪರಿಶುದ್ಧತೆ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಹಕ್ಕು. ಈ ಮೂಲಕ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ರೂಢಿಯಿಂದ (ಯುಟಿಪಿಎಸ್) ರಕ್ಷಣೆ. ಸಿ) ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ

ಕೋಷ್ಟಕ 1 : ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಶಾಸನಗಳು

1. ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ, 1986
2. ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದೆ, 2006
3. ಭಾರತೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕೇಂದ್ರ ಕಾಯ್ದೆ, 1986
4. ಔಷಧ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾಧನ ಸಾಮಗ್ರಿ ಕಾಯ್ದೆ, 1940
5. ಔಷಧ (ನಿಯಂತ್ರಣ) ಕಾಯ್ದೆ, 1950
6. ಔಷಧ ಮತ್ತು ಮ್ಯಾಜಿಕ್ (ಮಾಂತ್ರಿಕ) ಚಿಕಿತ್ಸೆ (ಆಕ್ಸ್‌ಪಾರ್ಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು) ಕಾಯ್ದೆ, 1954
7. ಅವಶ್ಯಕ ವಸ್ತುಗಳ ಕಾಯ್ದೆ, 1955
8. ಕಾಳ (ಕಪ್ಪು) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕ ವಸ್ತುಗಳ ಪೂರೈಕೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕಾಯ್ದೆ, 1980
9. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ (ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ) ಕಾಯ್ದೆ, 1937
10. ತೂಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದೆ, 1976
11. ತೂಕ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮ ಗುಣಮಟ್ಟ (ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಮಾಡಿದ ವಸ್ತುಗಳು) ಆದೇಶ, 1977
12. ಪರಿಹಾರ ಧನ ಕಾಯ್ದೆ, 2002
13. ವ್ಯಾಪಾರ ಗುರುತು ಕಾಯ್ದೆ, 1999 (2003ರ ಸೆಪ್ಟೆಂಬರಿಂದ ಜಾರಿ)
14. ಸಿಗರೇಟು ಮತ್ತು ಇತರ ತಂಬಾಕು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ (ಜಾಹಿರಾತು ನಿರ್ಬಂಧ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ, ಉತ್ಪನ್ನ, ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಸರಬರಾಜು ನಿಯಂತ್ರಣ) ಕಾಯ್ದೆ, 2003.

- ಕಾಲಾನುಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲ

ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಲಭ್ಯತೆ. ಡಿ) ಸೂಕ್ತ ಕುಂದುಕೊರತೆ ನಿವಾರಣೆ ವೇದಿಕೆಯ ಮೆಟ್ಟಿಲೇರುವ ಹಕ್ಕು. ಇ) ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ರೂಢಿ ಅಥವಾ ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭ್ಯಾಸ (ಆರ್‌ಟಿಪಿಎಸ್) ಅಥವಾ ಇನ್ನಾವುದೇ ವಿಧದಲ್ಲಿ ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ನ್ಯಾಯ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು ಎಫ್) ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ(ತಿಳಿವಳಿಕೆ)ದ ಹಕ್ಕು

ದೂರು ದಾಖಲು

ಗ್ರಾಹಕರ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ದೂರು ದಾಖಲಿನೊಂದಿಗೆ ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸೂಕ್ತ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು. ಅದು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರ ದೂರಿನ ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಸಿ ನೈಸರ್ಗಿಕ ನ್ಯಾಯದ ನೀತಿಗಳ ಮೂಲಕ ಸೂಕ್ತ ಆದೇಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ತೊಂದರೆ ಎದುರಿಸಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ

ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳ ಪೈಕಿ (ದೂರುದಾರ ಮತ್ತು ವಿರುದ್ಧ ಪಕ್ಷ) ಯಾರಿಗಾದರೂ ತಮಗೆ ನ್ಯಾಯ ಸಿಕ್ಕಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅನ್ನಿಸಿದರೆ ಆಗ ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದ ಮುಂದೆ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಅದು ನೀಡುವ ತೀರ್ಪು ಅಂತಿಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಯಾರು ದೂರು ನೀಡಬಹುದು?

1. ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕ.
2. ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕ ಒಕ್ಕೂಟ (ನೊಂದಣಿ ಕಡ್ಡಾಯ).
3. ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರ.
4. ಸಮಾನ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯಿರುವ ಒಂದು ಅಥವಾ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಾಹಕರು ಹಲವಾರು ಗ್ರಾಹಕರ ಪರವಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು
5. ಸಾವನ್ನಪ್ಪಿದ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಕಾನೂನು ನೆರವು ಅಥವಾ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು (ವೈದ್ಯಕೀಯ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯದಿಂದ ಸಾವನ್ನಪ್ಪಿದ ಪ್ರಕರಣಗಳು) 'ಗ್ರಾಹಕ' ಎನ್ನುವ ಶಬ್ದಕ್ಕೆ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ತನ್ನ ವೈಯಕ್ತಿಕ

ಅಥವಾ ಮನೆಯ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನವೊಂದನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಅಥವಾ ಖರೀದಿಸಲು ಒಪ್ಪಿರುವ (ಮರು ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬಳಕೆಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಅಲ್ಲ) ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸೇವೆಯನ್ನು ಹಣಕ್ಕೆ ಪಡೆದ ಅಥವಾ ವಾಣಿಜ್ಯೇತರ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಪಡೆದ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಕೂಡ 'ಗ್ರಾಹಕ' ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವ ಕಾರಣಗಳು

ಈ ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿದ ಕಾರಣಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದನ್ನು ಆಧರಿಸಿಯೂ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬ ದೂರು ನೀಡಬಹುದು.

1. ಯಾವುದೇ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು ಅನುಸರಿಸುವ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ರೂಢಿ (ಯುಟಿಪಿ) ಅಥವಾ ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭ್ಯಾಸ (ಆರ್‌ಟಿಪಿ).
2. ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಸರಕಿನಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರಬಹುದಾದ ನ್ಯೂನತೆ.
3. ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಕಂಡ ಕೊರತೆ.
4. ಕಾನೂನು ಪ್ರಕಾರ ಪೊಟ್ಟಣದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ ದರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆ ಅಥವಾ ಬೆಲೆ ಪಟ್ಟಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಅಥವಾ ಖರೀದಿದಾರ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ ಒಪ್ಪಿದ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ದರ ಕೇಳುವುದು ಮತ್ತು
5. ಯಾವುದೇ ಅಪಾಯಕಾರಿ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

ಇಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಶಬ್ದಗಳಾದ 'ಸರಕುಗಳು', 'ಸೇವೆ', 'ನ್ಯೂನತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸರಕು', 'ಸೇವೆಯ ಕೊರತೆ', 'ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ರೂಢಿ' ಮತ್ತು 'ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭ್ಯಾಸ' ಮೊದಲಾದವುಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತೃತ ಅರ್ಥವಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಬಹುತೇಕ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ



ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳು ಸಿಪಿಎ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ.

ಎಲ್ಲಿ ದೂರು ದಾಖಲು?

ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬಹುದಾದ ವೇದಿಕೆಗಳು ಈ ಮುಂದಿನಂತಿವೆ :

- ಎ) 20 ಲಕ್ಷ ರೂ.ನೊಳಗೆ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವ ಪ್ರಕರಣವಾದರೆ (ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರದ ಬೇಡಿಕೆ) ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆ.
- ಬಿ) 20 ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಒಂದು ಕೋಟಿ ರೂ.ನೊಳಗಿನ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗ.
- ಸಿ) ಒಂದು ಕೋಟಿ ರೂ. ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯದ ಪ್ರಕರಣವಾದರೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗ. ಈ ವೇದಿಕೆಗಳು ಅರೆ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಮಂಡಳಿಗಳಾಗಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಾಂಗೇತರ ಸದಸ್ಯರಿರುತ್ತಾರೆ. ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಕ್ಷೇತ್ರದವರಾಗಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇವು ನ್ಯಾಯಮಂಡಳಿಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಿವಿಲ್ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕರಣಗಳ ವಿಚಾರಣೆ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ತೀರ್ಪು ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರ ಇರುತ್ತವೆ. ಇವು 'ನೈಸರ್ಗಿಕ ನ್ಯಾಯ ನಿಯಮ'ವನ್ನು ವಿಚಾರಣೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪಾಲಿಸಿ, ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೆ ವಾದ ಮಂಡನೆಗೆ ಸಮಾನ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಈ ವೇದಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾದರೆ ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಆದೇಶ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಂತರ ತಡೆಯಾಜ್ಞೆ ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರವೂ ಇದೆ.

ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವ ವಿಧಾನ

ಇದರಲ್ಲಿ ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವ ವಿಧಾನ ತುಂಬಾ ಸರಳವಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಆತನ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಲಿಖಿತ ದೂರನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಅವಶ್ಯಕವಾದ ಸೂಕ್ತ ದಾಖಲೆ (ಪ್ರಕರಣ ವಿವರ, ಖಾತರಿ ಪತ್ರ ಇತ್ಯಾದಿ) ಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು. ವಕೀಲರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ನಿಷ್ಪ್ರಯೋಜಕ ಅಥವಾ ದುರುದ್ದೇಶಪೂರಿತ ದೂರುಗಳಿರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೋರುವ ಪರಿಹಾರಧನದ ಚಿಕ್ಕ ಭಾಗವನ್ನು ಶುಲ್ಕದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ದೂರಿನೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿ

ಮಾಡಬೇಕು. ಪರಿಹಾರ ಯಾವ ರೀತಿ ಅಥವಾ ಏನು ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆಯೂ ದೂರಿನಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ನಮೂದಿಸಿರಬೇಕು.

ನೊಂದವರಿಗೆ ಸಿಗುವ ಪರಿಹಾರ

ವಿಚಾರಣೆ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ಬಳಿಕ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯು ಈ ಮುಂದೆ ಹೆಸರಿಸಿರುವ ಒಂದು ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು :

1. ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ನ್ಯೂನತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಆದ ಕೊರತೆಯನ್ನು ತೆಗೆದು ಹಾಕುವುದು.
2. ನ್ಯೂನತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸರಕಿಗೆ ಬದಲಿ ಸರಕು ಒದಗಿಸುವುದು.
3. ಪಾವತಿಸಿದ ಹಣವನ್ನು ವಾಪಸ್ ಮಾಡುವುದು.
4. ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಆದ ಗಾಯ ಅಥವಾ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರ ಧನ ಒದಗಿಸುವುದು.
5. ಆಗಿರಬಹುದಾದ ತೊಂದರೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವುದು.
6. ಯುಟಿಪಿ ಅಥವಾ ಆರ್‌ಟಿಪಿ ವಿಧಾನ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ 'ಸ್ಥಗಿತ ಮತ್ತು ತಡೆ' ಆದೇಶವನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವುದು.
7. ಅಪಾಯಕಾರಿ ಸರಕಿನ ಮಾರಾಟ ಹಿಂತೆಗೆತ.
8. ಉತ್ಪಾದಕರು/ ಅಪಾಯಕಾರಿ ಸರಕು / ಸೇವೆ ನೀಡುವವರ ವಿರುದ್ಧ 'ಸ್ಥಗಿತ ಮತ್ತು ತಡೆ' ಆದೇಶ ಜಾರಿ.
9. ಅನಾಮಿಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಧನ ಪಾವತಿ.
10. ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೆ ಆದ ವೆಚ್ಚದ ಪಾವತಿ.

ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಯು ನೀಡಿದ ಆದೇಶವನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸಿ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ 30 ದಿನಗಳ ಒಳಗೆ ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗದ ತೀರ್ಪಿನ ವಿರುದ್ಧ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಒಂದು ವೇಳೆ ನೇರವಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗಕ್ಕೆ ದೂರು ನೀಡಿದ್ದರೆ, ಅದು ನೀಡುವ ತೀರ್ಪನ್ನು ಕೇವಲ ಕೆಲವೊಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸಿ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಿಸಬಹುದು.

ಇತರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳು

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದ ಮೈಲುಗಲ್ಲು



ಎಂದೇ ಹೇಳಬಹುದಾದ ಕೆಲವೊಂದು ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳನ್ನು ಕೋಷ್ಠಕ -2ರಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಹೊಸ ಕಾಯ್ದೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆ

ಪ್ರಸಕ್ತ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುವ 1986ರ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಬದಲಾಗಿ ಹೊಸ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯಿದೆ. ಇದರ ಕೆಲವೊಂದು ವಿಶೇಷತೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕು. 1986ರ ಕಾಯ್ದೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 2015 ಎಂಬ ಹೊಸ ವಿಧೇಯಕ ಲೋಕ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಅಂಗೀಕಾರವಾಗಿದೆ. ಈಗಿರುವ ಕಾಯ್ದೆಯ ಬದಲಿಗೆ ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಇದು ಹೊಂದಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 2015ರ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ :

1. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಉತ್ತೇಜನ, ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಜಾರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಕೇಂದ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಏಜೆನ್ಸಿ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮಾಡುವ ಅಂಶ ಇದರಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ರೂಢಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆಗುವ ತೊಂದರೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇದು ಮಧ್ಯ ಪ್ರವೇಶ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಪ್ರಕರಣ ದಾಖಲು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಾಪಸ್ ಪಡೆಯುವುದು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಾಪಸ್ ನೀಡುವುದು ಅಥವಾ ಹಣವನ್ನು ವಾಪಸ್ ಮಾಡುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇದು ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಿದೆ. ಪ್ರಸಕ್ತ ಯುಟಿಪಿ ವಿರುದ್ಧ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಯಾವುದೇ ಅಧಿಕಾರ ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಗಿಲ್ಲ ಎಂಬುದಿಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ.
2. ಸುಳ್ಳು ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ

ಕೋಷ್ಠಕ 2 : ಭಾರತದ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಮೈಲುಗಲ್ಲುಗಳು

1. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ರಕ್ಷಣೆಯ ಉತ್ತೇಜನ ಮತ್ತು ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಶಾಸನಾತ್ಮಕ ಕ್ರಮ (ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ, 1986 ಜಾರಿ)
2. ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುವ ಶಾಸನಾತ್ಮಕ ಕ್ರಮ (ಭಾರತೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸಂಸ್ಥೆ ಕಾಯ್ದೆ, 1951ರ ಬದಲಾಗಿ ಭಾರತೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕೇಂದ್ರ ಕಾಯ್ದೆ, 1986ರ ಜಾರಿ.)
3. ಹಲವು ಪೂರಕ ಶಾಸನಗಳ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳಿಗೆ ಶಾಸನಾತ್ಮಕ ರೂಪ ನೀಡುವ ಯತ್ನ (ಡಿಸೆಂಬರ್, 1986)
4. ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ವಿಭಾಗ ಸ್ಥಾಪನೆ (ಜೂನ್, 1991)
5. ಗ್ರಾಹಕರ ಕಲ್ಯಾಣ ಯೋಜನೆಗಳ ಬೆಂಬಲಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಹಕ ಕಲ್ಯಾಣ ನಿಧಿ, 1992 ಸ್ಥಾಪನೆ
6. ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳ ಅಧಿಕಾರರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಸಬಲೀಕರಣ (ಜೂನ್ 1993)
7. ವೈದ್ಯಕೀಯ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ ಅಥವಾ ಕೊರತೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯಬಹುದು ಎನ್ನುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗದ ತೀರ್ಪು (ಏಪ್ರಿಲ್, 1992), ಬಳಿಕ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯವೂ ಇದಕ್ಕೆ ಸಮ್ಮತಿ ಸೂಚಿಸಿತು (ನವೆಂಬರ್ 13, 1995), ಈ ಮೂಲಕ ಸಿಪಿಎ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ವೈದ್ಯಕೀಯ ಸೇವೆ ಸೇರ್ಪಡೆ.
8. ಹಲವು ವಿಸ್ತೃತ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳ ಮೂಲಕ ಸಿಪಿಎಯ ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲವರ್ಧನೆ (ಡಿಸೆಂಬರ್ 2002, 2003ರ ಮಾರ್ಚ್ 15ರಿಂದ ಜಾರಿ)
9. ಭಾರತೀಯ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಆಯೋಗ ರಚನೆಯ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ರಕ್ಷಣೆ (2002ರಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಕಾಯ್ದೆಗೆ ಅನುಮೋದನೆ ಮತ್ತು 2003ರ ಮಾರ್ಚ್ 31ರಿಂದ ಜಾರಿ.)
10. ಸಿಗರೇಟು ಮತ್ತು ಇತರ ತಂಬಾಕು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ನಿರ್ಬಂಧ ಹಾಗೂ ಅಪ್ರಾಪ್ತ ವಯಸ್ಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ನಿಷೇಧ (ಸಿಗರೇಟು ಮತ್ತು ಇತರ ತಂಬಾಕು ಉತ್ಪನ್ನ (ಜಾಹಿರಾತು ನಿಷೇಧ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ, ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಸರಬರಾಜು ನಿಯಂತ್ರಣ) ಕಾಯ್ದೆ, 2003)
11. ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ಸ್ಥಾಪನೆ. ಈ ಮೂಲಕ ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ಆಹಾರದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ (ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದೆ, 2006ಕ್ಕೆ ಅನುಮೋದನೆ, 2011ರ ಆಗಸ್ಟ್ 5ರಿಂದ ಜಾರಿ)
12. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ, ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ರಚನೆಯ ಪ್ರಸ್ತಾವ (ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 2015). ಲೋಕಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಅನುಮೋದನೆಗೊಂಡ ಇದು ಈಗ 2017ರ ನವೆಂಬರ್ 6 ರಿಂದ ರಾಜ್ಯ ಸಭೆ ಅನುಮೋದನೆಗಾಗಿ ಕಾಯ್ದುತ್ತಿದೆ. 2017ರ ಡಿಸೆಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಸಂಸತ್ತಿನ ಚಳಿಗಾಲದ ಅಧಿವೇಶನದಲ್ಲಿ ಇದು ಅನುಮೋದನೆಗೊಳ್ಳುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿದೆ.
13. ಇತರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳು :
 - ಎ. ಅಹಮದಾಬಾದ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಿಇಆರ್‌ಸಿಯಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನ ಪರೀಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಶ್ರೇಯಾಂಕ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯ ಸ್ಥಾಪನೆ.
 - ಬಿ. ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಸ್ವಯಂ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ.
 - ಸಿ. ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಕುಂದುಕೊರತೆ ನಿವಾರಣಾ ಕೇಂದ್ರ ಸ್ಥಾಪನೆ.
 - ಡಿ. ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಆಸಕ್ತಿ.
 - ಇ. ಗ್ರಾಹಕ ಜಾಗೃತಿಗಾಗಿ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿದ ಪ್ರಯತ್ನ (ಕಳೆದ ಮೂರು ದಶಕಗಳಿಂದ) ಮತ್ತು
 - ಎಫ್. ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಕಾನೂನುಗಳ ಸಂಚಯನ.

ಗಣ್ಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ (ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿ) ವಿರುದ್ಧ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು.

3. ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ರದ್ದುಪಡಿಸುವ ಅಧಿಕಾರ.
4. ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಧ್ಯಾನ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ ಈ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯ ಮಾರ್ಗ ರಚನೆ ಹಾಗೂ
5. ಉತ್ಪಾದಕರ ವಿರುದ್ಧ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಹೊರಿಸುವುದು.

ಉಪ ಸಂಹಾರ

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ ಜಾರಿಯಾದ 1986ನೇ ಇಸವಿಯ ಬಳಿಕ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ಶೋಷಣಾತ್ಮಕ ವ್ಯಾಪಾರ ನಡವಳಿಕೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಗಣನೀಯ ರಕ್ಷಣೆ ಸಿಕ್ಕಿದೆ. ದೇಶದೆಲ್ಲೆಡೆ ಸಿಪಿಎ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂಘಟನಾತ್ಮಕ ರಚನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸತತ ಸುಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ ಮತ್ತು ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಹಲವಾರು ಆದೇಶಗಳಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲಿಷ್ಠವಾಗಿದೆ. ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಯಂ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಗಳೂ

ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿವೆ. ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಕೂಡ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇನ್ನು ಸುದೀರ್ಘ ಪ್ರಯಾಣ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ನೂತನ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ ಸಂಸತ್ತಿನ ಅನುಮೋದನೆ ಪಡೆಯುವ ಭರವಸೆಯಿದ್ದು, ಈಗಿನ ಕಾನೂನಿನ ಬದಲಿಗೆ ನೂತನ ಕಾನೂನು ಶೀಘ್ರವೇ ಜಾರಿಗೆ ಬರಲಿದೆ. ಇದು ಬಹು ಕಾಲದಿಂದ ನೆನೆಗುದಿಗೆ ಬಿದ್ದಿರುವ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯ ಮನವಿಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿ, ಭಾರತದ ಗ್ರಾಹಕ ಚಳವಳಿಗೆ ಹೊಸ ರೂಪ ನೀಡಲಿದೆ ಎಂದು ನಂಬಲಾಗಿದೆ. □

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ; ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಮುನ್ನುಡಿ

(7ನೇ ಪುಟದಿಂದ)

ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸಿ, ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು ದಕ್ಷ ಅನುಷ್ಠಾನವು ಅತ್ಯಗತ್ಯವೆನಿಸಿದೆ. ಸರಕು-ಸೇವೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿ, ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸಿದರೆ, ದೂರುಗಳಿಗೆ ಆಸ್ಪದವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದಾಗಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ತಮಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುವ ವಸ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂತ್ರಸ್ತಿ ಭಾವ ಹೊಂದುವ ವಾತಾವರಣ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾ ನೀತಿ - ಈ ಎರಡರ ಅಂತಿಮ ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಶ್ರೇಯಸ್ಸೇ ಆಗಿರುವ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಇವೆರಡರ ನಡುವೆ ಪರಸ್ಪರ ನಂಟಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ನಡುವಿನ ಅಸಮ ಸಂಬಂಧಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಯು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾ ನೀತಿ- ಇವೆರಡರ ಮೂಲ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗಿದೆ. ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಗಳು ಹಾಗೂ ಸುರಕ್ಷತಾ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ

ಮೂಲಕ, ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದು. ಅದೇ ರೀತಿ, ಸ್ಪರ್ಧಾ ನೀತಿಯು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಉತ್ಪಾದಕರು ಇರುವಂತೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪಾದಕ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದದಂತೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತ ವಿಚಾರವು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ದಕ್ಷತೆ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವ, ನೈತಿಕತೆ, ಗುಣಮಟ್ಟ, ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚ, ಪಾರದರ್ಶಕತೆ, ಬದ್ಧತೆ, ಸಬಲೀಕರಣ, ವಿಚಾರಶೀಲತೆ, ಪಕ್ಷಪಾತ ರಹಿತ ಧೋರಣೆ ಮತ್ತು ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಗಳತ್ತ ದೃಷ್ಟಿ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವುದು ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಪ್ರಧಾನ ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ.

ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಈ ಅಗತ್ಯಾಂಶಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳ ವಿಚಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ನಂಟು ಹೊಂದಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಕಾನೂನುಗಳ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅನುಷ್ಠಾನ, ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯಿಂದ, ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತದ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಚಳವಳಿಯು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಥವತ್ತಾಗಬೇಕಾದರೆ, ಅದಕ್ಕೆ

ಸರ್ಕಾರ, ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ವಿವಿಧ ಸಂಘಟನೆಗಳು, ನಾಗರಿಕ ಸಮಾಜ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾದ- ಶಾಲೆ, ಕಾಲೇಜು, ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಕ್ರಿಯ ಬೆಂಬಲ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಉದ್ದೇಶವು ಈಡೇರಬೇಕಾದರೆ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಬೆಂಬಲವೂ ಅತ್ಯಂತ ಅವಶ್ಯವೆನಿಸಿದೆ.

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಇಲಾಖೆ ಮೂಲಕ ಕೈಗೊಂಡಿರುವ ಯೋಜನೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಅನುಕೂಲಕಾರಿ ಎಂಬುದರಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಅನುಮಾನವಿಲ್ಲವಾದರೂ ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವವು ವ್ಯಾಪಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹಾಗೂ ಜನರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಬದ್ಧತೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಪಂದನೆಯೂ ಸದ್ಯದ ಅಗತ್ಯವೆನಿಸಿದೆ. ಇದು ಹೀಗೆಯೇ ಸೌಹಾರ್ದಯುತವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದರೆ, ನಮ್ಮ ಸಮಾಜವು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಜೀವಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಸ್ಥಳವಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡುತ್ತದೆ. □

ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿದ್ಯಮಾನದಳ ಆಯಾಮ



* ಡಾ. ಸೀತಾರಾಮ್ ದೀಕ್ಷಿತ್



ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ
ನಾವು ಕಾಣುತ್ತಿರುವ
ಬದಲಾವಣೆಯು
ವೇಗಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ
ಗ್ರಾಹಕರ ಕಾನೂನು
ಹಾಗೂ
ನಿಯಂತ್ರಣಗಳಲ್ಲಿ
ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಬೇಕಿದೆ.
ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ
ಇಂದು
ಜಿಜಿಬಲ್ ಜಗತ್ತಿನ
ಭಾಗವಾಗಿದ್ದಾರೆ
ಮತ್ತು
ಇದನ್ನು
ಉತ್ತಮ ನಿಶ್ಚಲಾರ್ಹ
ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವುದು
ನಮ್ಮೆಲ್ಲರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ.

ಭಾರತವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ನಗದು ಅಥವಾ ನಗದು ರಹಿತ ವಹಿವಾಟು ದೇಶವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವ ದೂರದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಚಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿದ್ದ ಒಂದು ಸಾವಿರ ಹಾಗೂ 500 ರೂಪಾಯಿ ಮೌಲ್ಯದ ಕರೆನ್ಸಿ ನೋಟುಗಳನ್ನು ಅಮಾನ್ಯೀಕರಣಗೊಳಿಸುವ ಘೋಷಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಅವರು ಮಾಡಿ, ಒಂದು ವರ್ಷ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿದೆ. ನೋಟು ಅಮಾನ್ಯೀಕರಣದ ಸರ್ಕಾರದ ನಿರ್ಧಾರ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಗ್ರಾಹಕರು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಳವಡಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ವಹಿವಾಟು ಅಳವಡಿಕೆ ಪ್ರಮಾಣ ಹಿಂದಿನ ಪ್ರಮಾಣಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಹಿಂದೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ವಹಿವಾಟು ಕಡಿಮೆ ಇತ್ತು, ಕಾರಣ ಹೆಚ್ಚಿನ ನಗದು ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿತ್ತು.

ಹಿಂದೆ ಜನರು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನಗದು ವಹಿವಾಟನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದುದು ವಾಸ್ತವ ಸಂಗತಿ. ಆದರೆ ನೋಟು ಅಮಾನ್ಯೀಕರಣ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಾದ ಭೀಮ್ (ಭಾರತ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ ಫಾರ್ ಮನಿ), ಯುಪಿಐ (ಯುನೈಟೆಡ್ ಪೇಮೆಂಟ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್), ಐಎಂಪಿಎಸ್ (ಇಮ್ಪಡಿಯೇಟ್ ಪೇಮೆಂಟ್ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಫರ್) ಮತ್ತಿತರ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಪದ್ಧತಿಗಳ ಮೂಲಕ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕೆಲವು ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ತಕ್ಷಣದ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

ನಗದು ಲಭ್ಯತೆ ಸುಧಾರಿಸಿರುವ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ

ವಹಿವಾಟುದಾರರು ತೆರಿಗೆ ನಂಬರ್ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು/ತೆರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟುಗಳಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹಾಲಿ ಇರುವ ತೆರಿಗೆ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ/ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿಶ್ವಾಸ ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಹಗರಣಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಟ ನಡೆಸುವಂತಹ ವಿಶ್ವಾಸವಿಲ್ಲ, (ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳ ವರದಿಗಳು ಮಾಡಿರುವ ಸಲಹೆ) ಡಿಜಿಟಲ್ ವಹಿವಾಟಿನ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಶುಲ್ಕಕ್ಕೆ ಸರ್ಕಾರ ವಿನಾಯಿತಿ ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಕಾಲಾವಕಾಶವನ್ನೂ ಸಹ ಸರ್ಕಾರ ನೀಡಿತ್ತು.

ಇದೀಗ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ ಕಾಯಲು ಅವರ ಪಾವತಿ ವಿವರ, ಹಣಕಾಸು ವಹಿವಾಟಿನ ವಿವರಗಳು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳು ದುರುಪಯೋಗವಾಗದಂತೆ ಹಾಗೂ ತೆರಿಗೆ ಸಂಗ್ರಹ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಹಗರಣಗಳಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಅಗತ್ಯತೆ ಇದೆ. ಒಂದು ಮಹತ್ವದ ಕಲಿಕೆ ಎಂದರೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ- ಗ್ರಾಹಕರ ಆಯ್ಕೆ, ತೃಪ್ತಿ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸ ಅಂತರ್ಗತವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಗ್ರಾಹಕರು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವುದು ನಿಜ. ಆದರೆ, ಅದೇ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಹಾಗೂ ಅದರಿಂದ ಯಾವುದೇ ಹಾನಿಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಅದು ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬರ್ಥವಲ್ಲ.

* ಅಧ್ಯಕ್ಷರು, ಭಾರತೀಯರ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಸೊಸೈಟಿ (ಸಿಜಿಎಸ್‌ಐ). E-mail : sitaram.dixit@gmail.com



ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆ

ಎಲ್ಲಾ ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ಸುರಕ್ಷಿತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಯಸುವುದು ಅವರ ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎದುರಾದಾಗ ಅವರಿಗೆ ಉತ್ತರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ನ್ಯಾಯಯುತ ನಡವಳಿಕೆ ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಕೂಡ ಸಹಜವೇ. ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು, ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಎಂಬುದು ತಿಳಿದಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ನೀತಿ ನಿರೂಪಕರು ಅತ್ಯಂತ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ದೇಶ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಬೇಕಾಗಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವವರನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಹಾಗೂ ಅವರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ರಕ್ಷಣೆ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಅಕ್ರಮ ಪದ್ಧತಿಗಳಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವವರನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳ ಜತೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ದೇಶದ ವಿಭಿನ್ನ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಕರ ವಾತಾವರಣ ಇವುಗಳನ್ನೆಲ್ಲ ಗಮನದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ನೀತಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಸರ್ಕಾರ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ನೀತಿಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲು ಅಗತ್ಯ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ, ಜಾರಿ ಮತ್ತು ನಿಗಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಬಡವರು ಹಾಗೂ ಅಲ್ಪಕ್ಷತರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗದವರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವ ರೀತಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಸರ್ಕಾರ ಸುಸ್ಥಿರ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಅಗತ್ಯ ಕ್ರಮ ಜರುಗಿಸುವ ಜತೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ದೊಡ್ಡ

ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಲು ಪೂರಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಬೇಕಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಕಾಯಲು ಸ್ವತಂತ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಿ, ಅವುಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತು

ನಮ್ಮ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಜಾಗತೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ, ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯ ಸಂಪರ್ಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಶಾಪಿಂಗ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ತ್ವರಿತಗತಿಯ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತಿವೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಕರ ಹಾಗೂ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಹಲವು ಆಯ್ಕೆಗಳು ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ವಹಿವಾಟು ಗ್ರಾಹಕರ ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿವೆ ಎಂಬುದರಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸಂದೇಹವಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಆಗಿರುವ ಈ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಿಕೊಂಡು ಹೋಗಬೇಕಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ವಿಶ್ವಾಸವಿಟ್ಟು, ಅದನ್ನು ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಹಲವು ಲಭ್ಯ ಅವಕಾಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ ಸಾಲದು. ಕೈಗೆಟುಕುವ ದರದಲ್ಲಿ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಒದಗಿಸುವುದು ಡಿಜಿಟಲ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಖ್ಯ ಹಕ್ಕಾಗಿದೆ. ಇದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮೂಲ ಅಗತ್ಯತೆಯೂ ಆಗಿದೆ. ಸರ್ಕಾರ, ವಾಣಿಜ್ಯ, ವಹಿವಾಟು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ

ಗ್ರಾಹಕ : ತಮಗಾಗಿ, ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬಕ್ಕಾಗಿ ಅಥವಾ ಗೃಹ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿ ಮಾಡುವುದು ಅಥವಾ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯಕ್ತಿ.

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ನೀತಿ : ಇದರಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣಗಳು, ನಿಯಮಾವಳಿಗಳು, ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಜತೆಗೆ, ಕೈಗಾರಿಕಾ ವಲಯದ ಮಾನದಂಡ ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಪದ್ಧತಿಯ ಅಂಶಗಳು ಇರುತ್ತವೆ.

ಸಮನ್ವಯದ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸೌಕರ್ಯವಿಲ್ಲದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿಕೊಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ವಿಶ್ವದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಇಂದು ಶೇಕಡ 40ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಸತತವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗುವ ಎಲ್ಲ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳೂ ಇವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ, ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸ್ವೀಕರಣೆ ಅಪೇಕ್ಷಣೀಯ. ದುರದೃಷ್ಟವೆಂದರೆ ಕೆಲವು ವಿಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ಇದರ ಕೊರತೆ ಇದೆ ಅಥವಾ ಅದು ಉತ್ತೇಜನಕಾರಿಯಾಗಿಲ್ಲ. ಈ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ವಿಶ್ವಾಸವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಾವು ಹಿಂದೆ ತಳ್ಳುವಂತಿಲ್ಲ. ಅದರಿಂದ ಜನರ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಗತಿ ಮತ್ತು ಒಳಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ತೊಂದರೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಬೇಡಿಕೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ನೋಡುವುದಾದರೆ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಡಿಜಿಟಲ್ ಹುರುಪು, ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳು, ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯ, ಪಠ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿ, ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಶ್ರೇಣಿ, ಪುನರಾವಲೋಕನ ಮತ್ತಿತರ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲ ಸಂಪರ್ಕಜಾಲ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಒದಗಿಸಬೇಕಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಒಂದು ಸ್ಪಷ್ಟ ರೂಪನೀಡಲು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಗಂಭೀರ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿವೆಯಾದರೂ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳಲ್ಲಿನ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಗೊಂದಲಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಹಜವಾಗಿಯೇ ಅವರನ್ನು ಘಟನಾವಳಿಗಳಿಂದ ಹಿಂದೆ ಸರಿಯುವಂತೆ ದುರ್ಬಲರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು, ಅವರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ವೃದ್ಧಿಸಲು ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಇದು ನೀತಿ ನಿರೂಪಕರಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಸವಾಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಲೇಬೇಕಾದ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಸಂಗತಿ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವಯಂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಿಂದ ಮಾತ್ರವೇ ವಿನೂತನ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆ ಮೂಲಕ ಹಿಂದೆಂದೂ

ಇಲ್ಲದಂತಹ ಮುಂದಿನ ಹಂತದ ಉತ್ತಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಗ್ರಹಿಕೆ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವತೆ

ಕಳೆದ ಎರಡು ದಶಕಗಳಿಂದೀಚೆಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಆಶಾವಾದವನ್ನು ಬಿಟ್ಟು, ನಿರಾಶಾವಾದದ ಕಡೆ ಸಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಅವರ ಭಾವನೆಯಲ್ಲಿ ಅಸಹಾಯಕತೆ ತೋರುವುದಲ್ಲದೆ, ವಹಿವಾಟು, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ವಾಸ ಕುಸಿಯುತ್ತಿದೆ. ಕೆಲವು ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜಾಗತೀಕರಣ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಂದ ಅವರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಸಮರ್ಥವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅಂತಹ ಅಶಕ್ತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿವೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಖಚಿತತೆ, ಪಾರದರ್ಶಕತೆ, ಗ್ರಾಹಕರ ದತ್ತಾಂಶ ರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡುವಾಗ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಮಂದಿ ಅನೈತಿಕ ಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಬಹುತೇಕರಿಗೆ ಆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಂಪನಿಗಳು ಹೇಗೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ, ಆತಂಕಗಳ ಕುರಿತು ನಿರಂತರ ಪುನರ್ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ಪುನರ್ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಭದ್ರತೆಗೆ ಎದುರಾಗುವ ಅಪಾಯಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ತಾರತಮ್ಯ ಪದ್ಧತಿಗಳು, ಖಾಸಗಿತನಕ್ಕೆ ಧಕ್ಕೆ ಮತ್ತಿತರ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಿದೆ. ಯಾವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದರ ಅರಿವು ಅವರಿಗಿರಬೇಕು, ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದಿನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆಲ್ಲ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಎಂಬ ಅರಿವು ಸಹ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪದ್ಧತಿಗಳು, ಆಗಬಹುದಾದ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದನ್ನೂ ಸಹ ತಿಳಿದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ದತ್ತಾಂಶದ ಬಳಕೆಯ ಸರಳ ಹಾಗೂ ಸುರಕ್ಷಿತ ವಿಧಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ



ತಿಳಿಸಿಕೊಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಯಾವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ, ಕಾನೂನು ಹಕ್ಕು ಏನು ಹೇಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳೇನು ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆಯೂ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ದತ್ತಾಂಶ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರ ಹಾಗೂ ಅವರ ಖಾಸಗಿ ಆದ್ಯತೆಗಳ ವಿಚಾರ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅವರ ಜಗತ್ತಿಗೆ ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ. ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಹೊಣೆಯನ್ನು ವಿವರ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೇಲೆ ಹೇರಬೇಕು. ನಾಗರಿಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಹಕ್ಕಿನ ಪರಿಣಾಮ ಅಗಾಧವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಜಾತಿ, ಲಿಂಗ ಮತ್ತು ಧರ್ಮದ ತಾರತಮ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಸೂಕ್ತ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ನಿಯಂತ್ರಕರು ಕೂಡ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡಿರುವ ಎಲ್ಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪ್ರಸರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದರ ಸುರಕ್ಷತೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಕೃಷ್ಟ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಕಂಪನಿಗಳ ನೀತಿ ನಿಯಂತ್ರಣ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಭದ್ರತಾ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ನಿಯಮಗಳು ಉಲ್ಲಂಘನೆಯಾದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಕ್ಷಣವೇ ಪರಿಹಾರ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿಕೊಡಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪರಿಹಾರ

ಒಂದು ವೇಳೆ ಭದ್ರತಾ ನಿಯಮ ಉಲ್ಲಂಘಿಸಿದರೆ, ಬೇರೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ

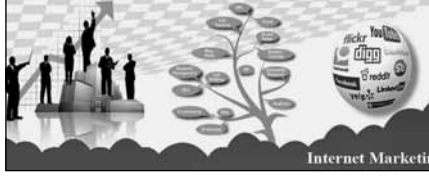
ಲಭ್ಯವಿರುವಂತೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಸುಲಭವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತಿರಬೇಕು. ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಯಾವುದೇ ವಿಳಂಬ ಮಾಡದೆ, ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಖರ್ಚಿನಲ್ಲಿ ಬಲಿಷ್ಠ, ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ ಅಂತರಿಕ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥ ವಿಧಾನದ ಲಭ್ಯತೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ವಲಯಗಳನ್ನು ದಾಟಿ, ಗಡಿಗಳನ್ನು ದಾಟಿ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಕರು ವ್ಯಾಪ್ತಿಗಳನ್ನು ದಾಟಿ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಸಹಾಯ ನೀಡಬೇಕು, ಗ್ರಾಹಕರು ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳ ವರ್ಗಾವಣೆ ವೇಳೆ ತಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಗುಣಮಟ್ಟಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡಬೇಕು. ಗಡಿಯಾಚೆಗಿನ ಮಾಹಿತಿ ವರ್ಗಾವಣೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿಗಳ ನಡುವೆ ಸಮನ್ವಯತೆ ಹೊಂದಬೇಕು. ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿರುವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ರಕ್ಷಣೆಗೆ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ನಿಯಮಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರ ಸಬಲೀಕರಣ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸವೃದ್ಧಿ

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿಗಾಗಿ ಇ-ವಾಣಿಜ್ಯ ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ವೃದ್ಧಿಸುವಂತಹ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿದೆ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಆಗಿಂದಾಗ್ಗೆ ನಾವು ಮಾಹಿತಿ ಸೋರಿಕೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ವೈಯಕ್ತಿಕ ದಾಖಲೆಗಳ ಕಳವು, ಬ್ಯಾಂಕ್ ವಿವರಗಳ ಬಹಿರಂಗ, ಇ-ಮೇಲ್ ವಿಳಾಸ, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಖಾತೆ ವಿವರ, ವೈದ್ಯಕೀಯ ಮಾಹಿತಿ ಸೋರಿಕೆ ಮತ್ತಿತರ ವರದಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತೇವೆ. ಮಾಹಿತಿ ಸೋರಿಕೆ ಎಂದರೆ, ಆರ್ಥಿಕ ನಷ್ಟವೂ ಹೌದು. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳವು ಮಾಡಿ, ಅದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಆತಂಕಕಾರಿ ಸಂಗತಿ. ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ

ಅಗಾಧ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಅವರು ಅದನ್ನು ತಮ್ಮ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾರ್ಯದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾತ್ರ ಬಳಸಬೇಕಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ಮಾಹಿತಿಗಳು ಅವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಅದರಲ್ಲೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮಕ್ಕಳು ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿದ್ದಾಗ ಅದು ಅತಿ ಪ್ರಮುಖ. ಏಕೆಂದರೆ ಅವರಿಗೆ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವಂತಹ ಕಡಿಮೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅಥವಾ ಅಂತಹ ಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವಂತಹ ಶಕ್ತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಪಾಯಕಾರಿ ಅಥವಾ ಹೊಸ ಅಪಾಯದ ಬೆದರಿಕೆಗಳು ಈ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲದ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಎದುರಾಗಲಿವೆ. ಸರಳ ಪರಿಶೀಲನೆ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವುದೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಸುವಲ್ಲಿ ಸುರಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ದತ್ತಾಂಶ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾಹಿತಿ ಭದ್ರತೆ ಅತ್ಯಂತ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿದ್ದು, ಅದರಿಂದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ವೃದ್ಧಿಸಾಧ್ಯ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಕ್ಷಣಕ್ಷಣಕ್ಕೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಅವು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಚೌಕಟ್ಟುಗಳನ್ನು ಗೌಣಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಹೊರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ವಲಯಗಳಿಗೆ ವೈವಿಧ್ಯ ಬಗೆಯ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಾನೂನುಗಳು ಇರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಸರಿಯಾದ ಉತ್ತರ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಷ್ಟ. ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಬೇಕಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಧೋರಣೆ ಹೊಂದುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಬೇಕಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುವ ಮೂಲಕ ಅವರನ್ನು ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ನಡೆಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಮೂಲ ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ನೀತಿ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸದ ಮತ್ತು ವ್ಯತಿರಿಕ್ತ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಕಠಿಣವಾಗಿ ದಂಡಿಸಬೇಕಿದೆ. ನಿಯಂತ್ರಣವೊಂದೇ



ಪರಿಹಾರವಲ್ಲ ಎಂಬುದು ಸತ್ಯ. ಆದರೂ, ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗೆ ಭದ್ರ ಹಾಗೂ ಖಚಿತ ಬುನಾದಿಯನ್ನು ಹಾಕುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಭಾಗಿಯಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಪರಿಹಾರಗಳು ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸೆನ್ಸಾರ್ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ, ಅವುಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಜತೆಗೆ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ಅದನ್ನು ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ರಿಮೋಟ್ ಕೇಂದ್ರಿತ ಮಾಹಿತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಕ್ತ ಹಾಗೂ ಅಗತ್ಯ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಬಳಕೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆ ಪಡೆಯುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರ ಬಳಕೆ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜ್ಞಾನವಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಜತೆಗೆ ಅದು ಹೇಗೆ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಹಾಗೂ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಹ ತಿಳಿದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲ ಹಾಗೂ ವೈರ್‌ಲೆಸ್ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂವಹನ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವಂತೆಯೇ ಅಂತಹ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ಸಹಜವಾಗಿಯೇ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ದಿನಬಳಕೆ ವಸ್ತುಗಳಾದ ಗೃಹ ಬಳಕೆ ಉಪಕರಣಗಳು, ಬಳಕೆ ಮೀಟರ್‌ಗಳು, ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಉಪಕರಣಗಳು ದೈಹಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಕರಿಸುವ ಯಂತ್ರಗಳು, ಕಾರು ಮತ್ತು ಗೃಹಭದ್ರತಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇವುಗಳನ್ನೆಲ್ಲ ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಹೊಸ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಜತೆಗೆ ಅಪಾಯಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ತರುತ್ತಿವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಪರವಾನಗಿ ಆಧರಿಸಿ, ಅವುಗಳು ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿವೆ. ಕೆಲವೊಂದು ನಿಯಂತ್ರಣಗಳ ನಡುವೆ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜೀವಿತಾವಧಿ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಬಳಕೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಉತ್ಪನ್ನ ಕಂಪನಿಗಳು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಿದೆ. ನಿಗದಿತ ಕಾಲದವರೆಗೆ ಅವರು ಕೆಲವು ಭದ್ರತಾ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಬೇಕಿದೆ ಮತ್ತು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಭದ್ರತೆ ಅಥವಾ ಸುರಕ್ಷತೆಯಲ್ಲಿ ಲೋಪವಾದರೆ, ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸಿಕೊಡಬೇಕು.

ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತರದಾಯಿತ್ವದ ಈ ಸಂಕೀರ್ಣ ಸ್ಥಿತಿಯ ನಡುವೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದ್ದು, ಒಪ್ಪಂದ ಜಾರಿ ವಿಷಯಗಳು ದತ್ತಾಂಶ ಖಾಸಗಿತನ ಮತ್ತು ಭದ್ರತೆ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಲ್ಲದೆ, ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದಾಗ ಏನು ಮಾಡಬೇಕು, ಏನು ಮಾಡಬಾರದು ಎಂಬುದು ತಿಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಸೀಮಿತ ಅಥವಾ ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಆರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಇಂದಿನ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್‌ನೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದು, ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅದರಿಂದ ತಪ್ಪುಗಳಾಗುವ ಸಂದರ್ಭವೂ ಎದುರಾಗುತ್ತವೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಪರ್ಕಜಾಲ, ಆಪ್ ಮತ್ತು ಐಎಸ್‌ಪಿಗಳ ನಡುವೆ ಲೆಕ್ಕವಿಲ್ಲದಷ್ಟು ಲಿಂಕ್‌ಗಳಿದ್ದು, ಅವುಗಳು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಂದೊಡ್ಡುತ್ತವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಳಕೆದಾರರಲ್ಲಿ ಭದ್ರತೆ, ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮತ್ತು ಕೈಗೆಟಕುವ ದರದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮೂಲ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಸಬಲೀಕರಣದ ಮೂಲಕ ಎದುರಿಸಬಹುದು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ರಕ್ಷಣೆ ಅಂಶಗಳು ಅವುಗಳ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮತ್ತು ಆಫ್‌ಲೈನ್ ಖರೀದಿಯ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಧರಿತವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಲು ಫಲಿತಾಂಶ ಆಧರಿತ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಸಾಕ್ಷ್ಯಾಧರಿತ

ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಬಲಿಷ್ಠ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸುಲಭವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಾಗಬಹುದಾದ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆ ವೃದ್ಧಿಸಲು ವಂಚನೆ ಹಾಗೂ ಅನ್ಯಾಯದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ದೋಷಗಳಿಂದ ಅವರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಎಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ವೇಗ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಒಂದು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರ ರೂಪಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಮಾಲಿಕತ್ವದ ಹಕ್ಕುಗಳು ಖಾತರಿಪಡಿಸಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆ ವೃದ್ಧಿಸಲು ಅಗತ್ಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿ

ಅಂತರ್ಜಾಲ ನಾವು ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದು, ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕೆಲವರು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ದೋಷದಿಂದ ಕೂಡಿದ ವಸ್ತುಗಳು, ಕಳಪೆ ಸೇವೆ, ನಕಲಿ ಅಥವಾ ಕೆಳ ದರ್ಜೆಯ ವಸ್ತುಗಳು, ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅಥವಾ ಅಪಾಯಕಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಕಳಪೆ ಸೇವಾ ವಿತರಣೆ ಅಥವಾ ಉತ್ತೇಜನಕಾರಿ ಜಾಹಿರಾತು ವಿವರಗಳಿಗಿಂತ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿರುವ ಸರಕುಗಳು ಈ ಎಲ್ಲಾ ದೂರುಗಳು ನಮಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿವೆ.

ಬದಲಾವಣೆಯ ಮೊದಲ ಹೆಜ್ಜೆ ಎಂದರೆ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವುದು. ಎರಡನೇ ಹೆಜ್ಜೆ ಎಂದರೆ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

- ನಾಥಾನೇಲ್ ಬ್ರಾಂಡೆನ್

ಜೀವನಪೂರ್ತಿ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕ ಗಮನ ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ, ಒಳ್ಳೆತನದಲ್ಲಿ ನೀವು ಅವರನ್ನು ಆಗಾಗ ಆಶ್ಚರ್ಯಚಕಿತರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕು ಅಥವಾ ಅವರಿಗೆ ಮರೆಯಲಾಗದಂತಹ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ಅನುಭವವನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.

- ಮೆಲೋನಿ ಡೊರಾಡೊ



ಇ-ವಾಣಿಜ್ಯ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಹಲವು ಕಂಪನಿಗಳು ಭಾಗಿಯಾಗಿರುತ್ತವೆ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವುದಾದರೂ ತೊಂದರೆ ಅಥವಾ ವ್ಯತ್ಯಯಗಳಾದರೆ ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಕಾನೂನು ಪ್ರಕಾರ ಯಾವ ಕಂಪನಿ ಹೊಣೆ ಹೊರಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಕಷ್ಟಕರ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಅದರ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಶಾಸನ ರೂಪಿಸುವುದೂ ಕೂಡ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವ ಸ್ಪಷ್ಟ ಚಿತ್ರಣವಿಲ್ಲ. ಇ-ವಾಣಿಜ್ಯ ಮತ್ತು ಗಡಿಯಾಚೆಗಿನ ವಹಿವಾಟಿನ ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಕಳಪೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ವಹಿವಾಟು ಜೀವನದ ಭಾಗವಾಗಲು ಇನ್ನೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಲ್ಲ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಲಭ್ಯತೆ ಬಗ್ಗೆ ಖಚಿತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮಾಹಿತಿ ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಹಾಗೂ ಖಚಿತತೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಿಗುವಂತಾಗಬೇಕು. ಹಾಗಾದಾಗ ಅವರು, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಆಗುವ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಕೂಡ ಅವರು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಗೊಂದಲವಿಲ್ಲದೆ, ಸಂಕೀರ್ಣತೆಗೆ ಒಳಗಾಗದೆ, ಅವರು ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಬಹುದು. ಡಿಜಿಟಲ್ ನೀತಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವಂತಿರಬೇಕು. ಅದರಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಆತಂಕಗಳು ಮತ್ತು ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಇರಬೇಕು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಭಾಗವಹಿಸಿದವರಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕಾದ ಜ್ಞಾನ, ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ವರ್ತನೆಗಳು ಹಾಗೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಕರಣಗಳಾದ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್, ಟ್ಯಾಬ್ಲೆಟ್ ಮತ್ತು ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್‌ಗಳನ್ನು

ಎಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸಿಕೊಡಬೇಕು. ಇದಲ್ಲದೆ, ಆಯ್ಕೆಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎದುರಾಗಬಹುದಾದ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಸಹ ಜನರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ಅತಿಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಜತೆಗೆ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ವಿಶ್ವಾಸ ತುಂಬಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಿಯಂತ್ರಣ ಪೂರಕ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ.

ಆಯ್ಕೆ ಹಕ್ಕು

ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವಲ್ಲಿ ವಸ್ತುಗಳ ನ್ಯಾಯಯುತ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಸ್ಪರ್ಧೆ ಮತ್ತು ಆಯ್ಕೆ ಕೂಡ ಪ್ರಮುಖಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತಿನ ಗ್ರಾಹಕ ವಿಶ್ವಾಸವಿಡುವಂತಹ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಸರ್ಕಾರದ ಕರ್ತವ್ಯ. ಪೋರ್ಟಬಲಿಟಿ ಹಕ್ಕು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಜತೆ, ಖಾಸಗಿತನ ಹಾಗೂ ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯದಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಬಲಿಷ್ಠ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಿತಿಯ ದುರ್ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಲಯದಲ್ಲೂ ಹೊಸ ಹೊಸ ಸವಾಲುಗಳು ಎದುರಾಗುತ್ತವೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಅವುಗಳನ್ನೆಲ್ಲ ಪರಿಹರಿಸಬೇಕಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕು, ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು ಎಲ್ಲೂ ತಪ್ಪಾಗದಂತೆ ನಿಗದಿತ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಯಾವುದೇ ಕಂಪನಿ ತನ್ನ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತವಾಗಿ ನಡೆದುಕೊಂಡಾಗ ಮಾತ್ರ ಅದರ

(26ನೇ ಪುಟಕ್ಕೆ)

ಹೊಸತನಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನದರ ಕೊಡು



* ಪುಷ್ಪಾ ಗಿರಿಮಾಜಿ



ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ (ಸಿಪಿ), 1986 ರ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಸ್ಮರಿಸಲು ಡಿಸೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳ ದಿನ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ ಆ ಕಾಯ್ದೆ ಬದಲಿಸುವ ಹೊಸ ಕಾನೂನಿಗೆ ನಾವು ಕಾಯುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಪ್ರಸ್ತಾವಿತ ನೂತನ ಕಾನೂನಿನ ಮಹತ್ವ ತಿಳಿಯಲು ನಾವು ಮೊದಲು 1986ರ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಭಾವ, ಸೋಲು ಹಾಗೂ ಗೆಲುವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ - 1986

ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಹಾಗೆ ಕಾನೂನು ಸಹ ಪರಿಷ್ಕರಿಸಲ್ಪಡಬೇಕು. ಈ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ (ಸಿಪಿ) ಉದ್ದೇಶ ಮೊದಲ ಹೆಜ್ಜೆ ಇರಿಸಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಗತಿ ಮತ್ತು ಕಾನೂನಿನ ಲೋಪದೋಷಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸಿದ್ದು ದೇಶದಲ್ಲಿನ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೊಂದನ್ನು ಇದೇ ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಪರಿಷ್ಕರಣೆ ತರಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕಾಲಘಟ್ಟದ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದಾಗಿ ಹೊಸ, ಸುಧಾರಿತ ಕಾನೂನು ಜಾರಿಗೆ ಬರುವಂತಾಗಿದೆ. ಈ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ 2015ರ ಆಗಸ್ಟ್ 10 ರಂದು ಸಿಪಿ ಬಿಲ್ 2015 ಅನ್ನು ಲೋಕಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ಬಗ್ಗೆ ವರದಿ ನೀಡುವಂತೆ ಲೋಕಸಭಾಧ್ಯಕ್ಷರು ಆಹಾರ, ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವೆಯ ಸ್ಥಾಯಿ ಸಮಿತಿಗೆ ಸೂಚಿಸಿದರು. ಅದರನ್ವಯ 2016ರ ಏಪ್ರಿಲ್ 26 ರಂದು ಅನೇಕ ಪ್ರಮುಖ ಶಿಫಾರಸ್ಸುಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ವರದಿಯನ್ನು ಆ ಸಮಿತಿ ಸಲ್ಲಿಸಿತು. ಅದರನ್ವಯ ಸರ್ಕಾರ ವಿಧೇಯಕವನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸಿದ್ದು ಅದನ್ನು ಈ ಬಾರಿಯ ಚಳಿಗಾಲದ ಅಧಿವೇಶನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂಸತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಪುನಃ ಮಂಡಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಕ ಕಾನೂನು ಪ್ರಪಂಚದ ಬಾರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆರು ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನೀಡಿತು. ಅವು - ಸುರಕ್ಷಿತ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಹಕ್ಕು, ಮಾಹಿತಿ ಹಕ್ಕು, ಆಯ್ಕೆಯ ಹಕ್ಕು, ಕೇಳುವ ಹಕ್ಕು, ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು ಅನ್ಯಾಯ / ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯವಹಾರ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಶೋಷಣೆಯಿಂದ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು. ಕೇಂದ್ರ, ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಈ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು "ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಸಂರಕ್ಷಿಸಲು" 'ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಮಂಡಳಿ' ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರುವ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಕಾನೂನಿನಡಿ ಅವಕಾಶವಿದೆ.

ದೋಷಪೂರಿತ ಸರಕು, ಅಪೂರ್ಣ ಸೇವೆ, ನ್ಯಾಯಸಮ್ಮತವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಹಾಗೂ ಒಂದು ಹಂತದವರೆಗೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಶುಲ್ಕ ಸೇರಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರು ಪರಿಹರಿಸಲು ಮೂರು ಹಂತದ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಈ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶ. ವಕೀಲರಿಲ್ಲದೇ ಈ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಡಿ ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ನ್ಯಾಯಶಾಸ್ತ್ರ ಜ್ಞಾನ ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ಹೊಂದಿರದೆ ಸದಸ್ಯರ ಸಮಿತಿ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಅದರನ್ವಯ ನೈಸರ್ಗಿಕ ನ್ಯಾಯ ನಿಯಮಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ತ್ವರಿತ ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಸಿ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು
ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು,
ರಕ್ಷಿಸಲು
ಮತ್ತು
ಜಾರಿಗೆ ತರಲು
ಅಗತ್ಯವಿರುವ
ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುವ
ಕೇಂದ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ
ರಚಿಸಿ
ಅದರಲ್ಲಿ
ನಿಯಂತ್ರಕ ಶಂಖೆ
ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು
ಪ್ರಸ್ತಾವಿತ
ಮಾಸೂಮೆಯ
ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿದೆ.

* ಗ್ರಾಹಕ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆ ವಿಷಯ ತಜ್ಞರು. ಅವರು 2015ರ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಮಸೂಮೆಯ ಕರಡು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ಸಮಿತಿ ಸದಸ್ಯರು. E-mail :pgirimaji@gmail.com

ಈ ದೂರು ಪರಿಹಾರ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ (ರಿಡ್ರೆಸ್‌ಲ್ ಏಜೆನ್ಸಿ) ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯಲ್ಲಿನ ಲೋಪದೋಷ ಸರಿಪಡಿಸಲು, ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ದೋಷಪೂರಿತ ಸರಕು ಬದಲಿಸಲು ಅಥವಾ ಅದರ ಮೊತ್ತ ಹಿಂದಿರುಗಿಸುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಲು ಹೀಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರವಿದೆ. ನ್ಯಾಯಸಮ್ಮತವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ನಿರ್ಬಂಧಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಚಟುವಟಿಕೆ ನಿಲ್ಲಿಸುವಂತೆ, ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಜಾಹಿರಾತು ತೆಗೆದುಹಾಕುವಂತೆ, ಅಪಾಯಕಾರಿ ಸರಕುಗಳ ಮಾರಾಟ ಸ್ಥಗಿತಗೊಳಿಸುವಂತೆ ಸಹ ಈ ರಿಡ್ರೆಸ್‌ಲ್ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಸೂಚಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡಿದ ಸಮರ್ಪಕ ಮಾಹಿತಿಯುಳ್ಳ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವಂತೆ ಸಹ ಈ ದೂರು ಪರಿಹಾರ/ನಿವಾರಣಾ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸೂಚಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ದಂಡ ವಿಧಿಸುವ ಜತೆಗೆ ವೆಚ್ಚ ಸಹಿತ ಸೂಕ್ತ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಬಹುದು.

ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಕಾಯ್ದೆ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದಾಗ, ದೇಶದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಮಹಾಪೂರವೇ ಹರಿದುಬಂದಿತು. ಮತ್ತು ಕಳೆದ ಮೂರು ದಶಕಗಳಲ್ಲಿ ಇತರ ಯಾವುದೇ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಇಷ್ಟೊಂದು ಪ್ರಮಾಣದ ದೂರುಗಳು ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ. ತಪ್ಪು ದಾರಿಗೆ ಎಳೆಯುವ ಜಾಹಿರಾತು ಸೇರಿದಂತೆ ದೋಷಪೂರಿತ ಸರಕು; ಮಾರಾಟದ ನಂತರದ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿನ ಲೋಪ; ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸುವ ಕುರಿತಂತೆ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ತಯಾರಕರ ವಿರುದ್ಧ ಹೆಚ್ಚಿನ ದೂರುಗಳು ದಾಖಲಾಗಿವೆ. ಸೇವಾ ವಲಯ ಕೂಡ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೆಂಗಣ್ಣಿಗೆ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಅಂಚೆ ಮತ್ತು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ರೈಲ್ವೆ ಮತ್ತು ವಿಮಾನಗಳವರೆಗೆ; ವಿದ್ಯುತ್ ಸರಬರಾಜು ಗುತ್ತಿಗೆ ಮತ್ತು ಎಸ್‌ಟಿಎಲ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯಿಂದ ಹಿಡಿದು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಮತ್ತು ವಿಮಾ ಕಂಪನಿಗಳವರೆಗೆ; ಆಸ್ತು ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ ಸೇವಾ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಂದ ಶಾಲಾ ಕಾಲೇಜುಗಳವರೆಗೆ; ಲಾಯರ್ ಮತ್ತು ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಟ್‌ಗಳಿಂದ ಪ್ರವಾಸ ಮತ್ತು ಷೇರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳವರೆಗೆ; ಬಟ್ಟೆ ಒಗೆಯುವವರು, ಹೊಲಿಯುವವರಿಂದ ಹಿಡಿದು ವಧುವರಾನ್ವೇಷಣೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು,

ಪ್ರಕರಣಗಳ ವಿಲೇವಾರಿ						
ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ	ಸಂಸ್ಥೆ / ಕೇಂದ್ರದ ಹೆಸರು	ಆರಂಭವಾದ ದಿನದಿಂದ ದಾಖಲಾದ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	ಆರಂಭವಾದ ದಿನದಿಂದ ವಿಲೇವಾರಿಯಾದ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	ಬಾಕಿ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	ವಿಲೇವಾರಿ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇಕಡಾವಾರು	ಷರಾ
1	ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗ	1,13,117	97,571	15,546	86.26%	
2	ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗ	7,60,786	6,51,797	1,08,989	85.67%	
3	ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆ ಒಟ್ಟು	39,95,088	36,92,798	3,02,290	92.43%	
ಮೂಲ : ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯ, ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಜಾಲತಾಣ						

ವಿವಾಹ ಆಯೋಜಕರವರೆಗೆ, ಎಲ್ಲ ವಲಯಗಳನ್ನೂ ನಿರ್ಲಕ್ಷಿತ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಅನ್ಯಾಯದ ವ್ಯಾಪಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಯಡಿ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ತರಲಾಗಿದೆ. ಉಚ್ಚ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಅನೇಕ ಮಹತ್ವದ ತೀರ್ಪುಗಳು ಈ ಕಾನೂನಿನ ಅಡಿಯಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಿ ಮಂದಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿದ್ದ ಗ್ರಾಹಕರ ಚಳವಳಿಗೆ ಚುರುಕು ನೀಡಿವೆ.

ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಟ್ಟ ತಲುಪುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲ

ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯದಿಂದ ಪರಿಹಾರ ದೊರೆತು ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಗೆಲುವನ್ನು ಸಂಭ್ರಮಿಸಿರುವರಾದರೂ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬಗ್ಗೆ ಗಂಭೀರ ಕಳವಳ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅದರಲ್ಲೂ ನಿಧಾನ ನ್ಯಾಯದಾನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದಾಗುತ್ತಿರುವ ನೋವು ಆತಂಕ ಉಂಟು ಮಾಡಿದೆ. ಈ ನ್ಯಾಯಪೀಠಕ್ಕೆ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ನೇಮಿಸುವಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ವಿಳಂಬ ಧೋರಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಬಹುತೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಪೀಠಗಳ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯೇ ನಿಂತು ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಇನ್ನು ಅನೇಕ ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ

ಪೀಠದಲ್ಲಿರುವವರು ನಡೆಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿನ ಅನಗತ್ಯ ತಾಂತ್ರಿಕ ಹಾಗೂ ವಕೀಲರ ಕೋರಿಕೆಯಂತೆ ಆಗಾಗ್ಗೆ ವಿಚಾರಣೆ ಮುಂದೂಡುವುದು ಇವೇ ಮೊದಲಾದ ಕಾರಣಗಳು ಈ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ತೊಡಕಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿವೆ. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿ 'ಸರಳ, ಶೀಘ್ರ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಖರ್ಚಿಲ್ಲದ' ಪರಿಹಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಎಂಬ ಖಾತ್ರಿಯನ್ನು ಈಗಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಣಕಿಸಿದೆ. ಈ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಂದ ದೊರೆಯುವ ಅತ್ಯಲ್ಪ ಪರಿಹಾರ ಕೂಡ ಗ್ರಾಹಕರು ಇದರತ್ತ ಆಕರ್ಷಿತರಾಗುವ ಬದಲಿಗೆ ಬಳಲುವಂತೆ ಮಾಡಿದ್ದು ಈ ಮೂಲಕ ಇಂತಹ ವೇದಿಕೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸುವುದರಿಂದ ನೊಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರ ಉಳಿಯುವಂತಾಗಿದೆ. (ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ, 2009ರ ಫೆಬ್ರವರಿಯ ಯೋಜನಾ ಸಂಚಿಕೆಯ "ದೇಶದಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯ" ಲೇಖನದಿಂದ ಪಡೆಯಬಹುದು)

ದೇಶದಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಭಾವ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವ ಕುರಿತು 2013ರ ಜನವರಿಯಲ್ಲಿ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಆಡಳಿತ ಕುರಿತ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಥೆ (ದಿ ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್‌ಟೆಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಪಬ್ಲಿಕ್ ಅಡ್ಮಿನಿಸ್ಟ್ರೇಷನ್ - ಐಐಪಿಎ) ತನ್ನ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ವರದಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿತು. ಐಐಪಿಎ 1994ರಲ್ಲಿ ನೀಡಿದ್ದ ವರದಿಯಂತೆಯೇ ("ಸಿಪಿಎ, 1986ರ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅನುಷ್ಠಾನದ ವರದಿ; ಡಿಸೆಂಬರ್ 1994) ಮತ್ತು 2004 ರಲ್ಲಿ (ದಿ ರಿಪೋರ್ಟ್ ಆಫ್ ದಿ ಕಾಂಪ್ಯೂಲರ್ ಅಂಡ್ ಆಡಿಟರ್ ಜನರಲ್, 2004) ಮಹಾಲೇಖಪಾಲಕರು ನೀಡಿದ (ಕಾರ್ಯಕ್ರಮತೆ ಪರಿಶೋಧನಾ



ವರದಿ ಸಂಖ್ಯೆ 14, 2004 - 2005) ವರದಿಗಳಂತೆಯೇ 2013ರ ವರದಿ ಸಹ ದೇಶದ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೋಶ ಚಿತ್ರಣ ನೀಡಿತು.

ಗ್ರಾಹಕ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅತ್ಯಲ್ಪ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ ಈ ವರದಿ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸಹ ಆರೋಪಿಸಿತು. ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಂದ ದೊರೆಯುವ ಅಲ್ಪ ಪರಿಹಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಿದ ವರದಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಈ ಪರಿಹಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಂಬಿಕೆ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಅತ್ಯಲ್ಪ ಪರಿಹಾರವೂ ಕೂಡ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿತು.

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕ, ಗುಜರಾತ್, ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶ, ಒಡಿಶಾ ಮತ್ತು ತ್ರಿಪುರಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಹತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದರ ಜತೆಗೆ ದೂರುದಾರರೂ ಸೇರಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರೊಡನೆ ವಿಸ್ತೃತ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಸಿದ ನಂತರ ಈ ವರದಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಕೀರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಂದಾಗಿ ಜನರು ವಕೀಲರನ್ನು ನೇಮಿಸಲೇಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಎದುರಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದಾಗಿ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರದ ಇಡೀ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ದುಬಾರಿಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ ಎಂದು ಈ ವರದಿ ತಿಳಿಸಿದೆ.

ಇಂತಹ ಕೆಲವು ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸುವ ಸಂಬಂಧ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986 ಕ್ಕೆ 1991, 1993 ಮತ್ತು 2002 ರಲ್ಲಿ ತಿದ್ದುಪಡಿ ಸೇರಿದಂತೆ ಕೇಂದ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯ ಹಲವಾರು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದೆ. ಆದರೆ ಇವು ಯಾವುದರಿಂದಲೂ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಫಲಿತಾಂಶ ಲಭಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಈ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಶೀಘ್ರ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸುವುದು. ಆದರೆ ಯಾವ ಅವಧಿಯೊಳಗೆ ಈ ದೂರುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ನೀಡಬೇಕು ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆ 1986ರಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾದ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿ

ತಿಳಿಸಿರಲಿಲ್ಲ. ನಂತರ ಬಹಳ ತಡವಾಗಿ 2002 ರಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಜ್ಯ ವಿಲೇವಾರಿಗೆ ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಕಾಲಾವಕಾಶ ನೀಡಿ ಸಮಯದ ಚೌಕಟ್ಟು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಯಿತು (ಸರಕುಗಳ ಪರೀಕ್ಷೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತಹ ದೂರುಗಳಿಗೆ ಐದು ತಿಂಗಳ ಅವಕಾಶ). ಐಐಪಿಎ ವರದಿಯಂತೆ ಕೇವಲ ಶೇಕಡ 10.2 ರಷ್ಟು ದೂರುಗಳು ಮಾತ್ರ ಮೂರು ತಿಂಗಳೊಳಗೆ ವಿಲೇವಾರಿಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಶೇಕಡ 17.8 ರಷ್ಟು ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಐದು ತಿಂಗಳೊಳಗೆ ಇತ್ಯರ್ಥ ಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅಂದಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಈ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ದೂರುಗಳಿವೆ ಎಂದೇನಲ್ಲ. ಶೇಕಡ 40 ರಷ್ಟು ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ 15ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಕರಣಗಳು ಮಾತ್ರ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ದಾಖಲಾಗುತ್ತಿದ್ದವು ಎಂದು ಐಐಪಿಎ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಿಂದ ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ.

ಕಾನೂನಿನಲ್ಲಿನ ಲೋಪ

ಭಾರತದ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನಿನ ಕೂಲಂಕಷ ಪರೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸುವಂತಾಗಲು ಸರಳ, ಶೀಘ್ರ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪ ವೆಚ್ಚದ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ವಿಫಲವಾಗಿವೆ ಎಂಬುದೊಂದೇ ಕಾರಣವಲ್ಲ. 1986ರ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಮೂಲದಲ್ಲೇ ಅನೇಕ ಲೋಪದೋಷಗಳಿದ್ದು ಅವುಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. (ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ, “ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ಕಾನೂನಿಗೆ ರಾಜಕೀಯ ಇಚ್ಛಾ ಶಕ್ತಿಯ ಕೊರತೆಯ ಕಾರಣ ಬಲವಿಲ್ಲ.” ಲೇಖನದಲ್ಲಿ) ಕಾನೂನಿನಲ್ಲಿನ ಹಕ್ಕುಗಳ ಜಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಹಿಂಸಾಚಾರ ತಡೆಗೆ ನಿಯಂತ್ರಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲವಾಗಿರುವುದೇ ಈ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986 ರ ಅತಿದೊಡ್ಡ ನ್ಯೂನತೆಯಾಗಿತ್ತು. ಇದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳು ಉದ್ಭವಿಸಿದ ನಂತರ ಅವುಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದೇ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿತ್ತೇ ಹೊರತು ಅವುಗಳು ಉದ್ಭವಿಸದಂತೆ ತಡೆಗಟ್ಟುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತ ಕಾಪಾಡುವುದಾಗಿರಲಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸಹ ಹೇಳಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನು, 1986 ರಲ್ಲಿನ ‘ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಕಾರಣ’ ಗಮನಿಸಿದರೆ ಅದರ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ “ಗ್ರಾಹಕರ



ಉತ್ತಮ ರಕ್ಷಣೆ” ಎಂಬುದು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಅದು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ‘ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ರಕ್ಷಣೆ’ಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದ (ಬಹುತೇಕ ಕಡೆ ಅವು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲೇ ಇಲ್ಲ) ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಮಂಡಳಿ ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಅಧಿಕಾರದ ಬಲವಿಲ್ಲದ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಸಮಿತಿಗೆ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮಂಡಳಿಗಳು ಅಂಗೀಕರಿಸುವ ನಿರ್ಣಯಗಳೂ ಸಹ ಕೇವಲ ಶಿಫಾರಸುಗಳಾಗಿವೆ (ನಿಯಮ 7, ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ನಿಯಮಗಳು). ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆರು ಬಗೆಯ ಹಕ್ಕುಗಳಿವೆಯಾದರೂ ಅದರಡಿ ಕೇವಲ ಒಂದು ಹಕ್ಕನ್ನು ಮಾತ್ರ ಜಾರಿಗೆ ತರಬಹುದಾದಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದೆ - ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ - ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವ ಹಕ್ಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಇತರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅಧಿಕಾರ ಸಹಿತಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಸಹ ಈ ಕಾಯ್ದೆ ವಿಫಲವಾಗಿದೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ಅನೇಕ ಬಗೆಯ ದುಷ್ಕೃತ್ಯಗಳ ಫಲವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಅನುಭವಿಸುವಂತಾಗಿದೆ.

ರಾಜ್ಯಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಮಸೂದೆ ಕುರಿತ ಚರ್ಚೆ ವೇಳೆ 1986ರ ಡಿಸೆಂಬರ್ 10 ರಂದು ಈ ಮಸೂದೆ ಕೇವಲ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಆದರೆ ಯಾವುದೇ ದಂಡ ವಿಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಂದಿನ ಕೇಂದ್ರ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ ಸೇವೆಗಳ ಸಚಿವ ಎಚ್‌ಕೆಎಲ್ ಭಗತ್ ಒತ್ತಿ ಹೇಳಿದ್ದರು. ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ವಿಲೇವಾರಿಗೂ ಸಮಯ ನಿಗದಿಪಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಆಗ್ರಹಿಸಿದ್ದ ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಯಾರಕರು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಗೌರವ ಹೊಂದುವುದನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವಂತಾಗಲು ಅಗತ್ಯ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದರು. ನಿಯಂತ್ರಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿಯೂ ಈ ನ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಂಗವಾಗಿ

ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲಿ ಎಂಬ ಆಶಯ ಹೊಂದಲಾಗಿತ್ತು ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ಹೀಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಈ ನ್ಯಾಯದಾನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅನಗತ್ಯ ವಿಳಂಬ ಸಹಿತ ಈ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಂದ ದೊರೆಯುವ ಅಲ್ಪಮಟ್ಟದ ಪರಿಹಾರ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೋವುಂಟು ಮಾಡಿದೆ, ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸುವವರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಭಯವನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ರೂಪಿತ ಉದ್ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದರೂ, ಇದು ನಿಯಂತ್ರಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಬದಲಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಲಾರದು.

ಆರ್ಥಿಕ ಉದಾರೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ಆರಂಭಿಸುವ ಐದು ವರ್ಷ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ 1986 ರಲ್ಲಿ ಈ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಸಂಸತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಿ ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಗಿತ್ತು ಎಂಬುದು ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಅಂಶ. ಮುಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೊಂದಿರುವ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯಿಂದಾಗಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ, ಜತೆಗೆ ದರ ಕೂಡ ತಗ್ಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನಾವು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ ವಿಮಾನ ಸೇವೆ ಸೇರಿದಂತೆ ಬಹುತೇಕ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ ವಿಪರೀತ ಹೆಚ್ಚಾದರೆ ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಕಪಟ ಮಾರಾಟ ತಂತ್ರಗಳು ಬಳಕೆಗೆ ಬರುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ದಟ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ, ಪರಿಣಾಮ ತೊಂದರೆಯೂ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಚಿಗುರಿನಲ್ಲೇ ಚಿವುಟದಿದ್ದರೆ ಅವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿಪರೀತ ನೋವುಂಟು ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಅದೇ



ರೀತಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲೂ ಸಹ ಕ್ಷಿಪ್ರಗತಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಿಂದಾಗಿ ಜ್ಞಾನದ ಅನೇಕ ಬಾಗಿಲುಗಳು ತೆರೆದಿವೆ. ವಿಶಾಲ ವಿಶ್ವವನ್ನೇ ಜಾಗತಿಕ ಗ್ರಾಮವನ್ನಾಗಿಸಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅಭೂತಪೂರ್ವ ಅವಕಾಶ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗಗಳ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಿದೆ. ಈ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದ ಹೊಸ ಬಗೆಯ ತೊಂದರೆಗಳೂ ತಲೆದೋರಿವೆ. ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಂಚನೆ, ಗುರುತು ವಂಚನೆ, ಎಟಿಎಂ ಕಾರ್ಡ್ ದುರ್ಬಳಕೆ, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ನಕಲು ಮೊದಲಾದ ಸೈಬರ್ ಮೋಸ ಪ್ರಕರಣಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿವೆ. ಇವೆಲ್ಲದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಈ ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಲಯಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆ ಹಚ್ಚಿ, ಆಧುನಿಕ ಯುಗದ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗೆ ಸರಿಹೊಂದುವಂತೆ ಅವುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಇವೆಲ್ಲ ಕೂಡ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪರಿಷ್ಕರಣೆಯ ಪ್ರಸ್ತಾವಕ್ಕೆ ಮುನ್ನುಡಿ ಬರೆದಿವೆ.

ನವೋದಯ

ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು, ರಕ್ಷಿಸಲು ಮತ್ತು ಜಾರಿಗೆ ತರಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ವಿಸ್ತೃತ ಅಧಿಕಾರ

ಸಹಿತ ಕೇಂದ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ರಚಿಸಿ ಅದರಡಿ ನಿಯಂತ್ರಕ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸ್ಥಾಪನೆ ಈ ಪ್ರಸ್ತಾವಿತ ಮಸೂದೆಯ ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿದೆ. ಆಯುಕ್ತರ ನೇತೃತ್ವದ ಈ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಲ್ಲಿ ಐವರು ಉಪ ಆಯುಕ್ತರುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಈ ಮುಂದಿನ ಐದು ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸುವರು -
 ಅ) ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಸುರಕ್ಷತೆ ಆ) ಗುಣಮಟ್ಟದ ಖಾತ್ರಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಇ) ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನಿನ ಜಾರಿ ಈ) ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತು ಸೇರಿದಂತೆ ಅಸಮತ ವ್ಯಾಪರ ಚಟುವಟಿಕೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಉ) ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉಂಟಾಗಬಹುದಾದ ಹಾನಿ ತಡೆಗಟ್ಟುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಒಪ್ಪಂದಗಳಲ್ಲಿನ ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಲ್ಲದ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ತಡೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆ ಸುಧಾರಿಸುವತ್ತ ಕೂಡ ಈ ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಸೂದೆ ಗುರಿ ಹೊಂದಿದೆ. ಅದರ ಜತೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಧಾನ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗೂ ಇದರಡಿ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಈ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಜಿಲ್ಲಾ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತಿದ್ದು ತಕರಾರುಗಳ ಶೀಘ್ರ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಲಿವೆ ಎಂಬ ಆಶಯ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ದೋಷಪೂರಿತ ವಸ್ತುವಿನಿಂದಾಗಿ / ಉತ್ಪನ್ನದಿಂದಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಸಾವು - ನೋವುಂಟಾದರೆ ಅಥವಾ ಆಸ್ತಿಗೆ ಹಾನಿಯುಂಟಾದರೆ ಅದರ ತಯಾರಕರು ಇದಕ್ಕೆ ಬೆಲೆ ತೆರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಪ್ರಸ್ತಾವಿತ ಮಸೂದೆಯಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಉದ್ದೇಶಿತ ನವೀನ ಕಾನೂನು ಜಾರಿಯಾದರೆ ಭಾರತದ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಕ ಬದಲಾವಣೆ ಸಾಧ್ಯ. □

ಯೋಜನಾ

ಜನವರಿ 2018 ಸಂಚಿಕೆಯ ವಿಷಯ

ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸುಧಾರಣೆ

ಕಡಿಮೆ ಆದಾಯದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನ್ಯಾಯದಾನ



* ಡಾ. ಬಿ ಸಿ ಗುಪ್ತಾ



ಇತ್ತೀಚಿನ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ಜನರ ಕೈಗೆಟುಕುವ, ನ್ಯಾಯಯುತವಾದ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಂತೆ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ನೀತಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸತಕ್ಕದ್ದೆಂದು ಸಭೆ ಹೇಳಿದೆ. ಆತ್ಮ ವಿಮರ್ಶೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಹಾಗೂ ಈಗಿರುವ ವಿಧಾನಕ್ರಮಗಳ ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೊರೆಯಾಗದಂತೆ ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಹಣ ವ್ಯಯವಾಗುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ದೇಶದ ದೂರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೂ ಎಟುಕುವಂತೆ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದುವಂತೆ ಒಂದು ಪರ್ಯಾಯ ವಿಧಾನಕ್ರಮವನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಧನಗಳನ್ನು ವಿಕಸನಗೊಳಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆ ರೂಪಿಸಿರುವ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು 16.4.1985ರಲ್ಲಿ ಗೊತ್ತುವಳಿ 39/248 ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು ಮೊದಲು ಅಂಗೀಕರಿಸಿತು. ನಂತರ 26.7.1999ರ ಗೊತ್ತುವಳಿಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಷತ್ತು ವಿಸ್ತರಿಸಿದ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಯಿತು. ಸದರಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು ಈ ರೀತಿ ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ :

ಕೈಗೆಟುಕುವ ಔಪಚಾರಿಕ ಅಥವಾ ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಪಡೆಯುವಂತೆ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು /ಅಥವಾ ಆಡಳಿತ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸತಕ್ಕದ್ದು ಅಥವಾ ನಿರ್ವಹಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು ಕಡಿಮೆ ಆದಾಯದ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸತಕ್ಕದ್ದು.”

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ 22.12.2015ರ 70/186 ಗೊತ್ತುವಳಿ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು ಅಂಗೀಕರಿಸಿದ ಹೊಸ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳು ಹೀಗಿವೆ:

11. (ಎಫ್). ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳು ಮತ್ತು ವಿವಾದಗಳು : ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಶೀಘ್ರ, ನ್ಯಾಯಯುತ, ಪಾರದರ್ಶಕ, ದುಬಾರಿಯಿಲ್ಲದ ಕೈಗೆಟುಕುವ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುವ ಹಾಗೂ ಅನಗತ್ಯ ಖರ್ಚು ಇಲ್ಲದೆ ಹೊರೆಯಾಗದಂತಹ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ರೂಪಿಸಿ ಒದಗಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಈ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಆಂತರಿಕ ದೂರುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಸಂಹಿತೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗೃಹ ಮತ್ತು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸತಕ್ಕದ್ದು.

14. ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ಕೆಳಕಂಡವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ನೀತಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸತಕ್ಕದ್ದು:

(ಜಿ) ನ್ಯಾಯಯುತ, ಕೈಗೆಟುಕುವ ಮತ್ತು ಬೇಗನೆ ವಿವಾದ ನಿವಾರಣೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರವಾಗುವಂತಹ ನೀತಿಗಳು

ಇ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸಲು ನೆರವಾಗುವ ಕ್ರಮಗಳು

32. ಸರ್ಕಾರಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ, ಅಥವಾ ಸೂಕ್ತವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಸಂಘಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಕಾಳಜಿಯಿರುವ, ನ್ಯಾಯಯುತ, ದುಬಾರಿಯಿಲ್ಲದ ಹಾಗೂ

ಖಾಸಗಿ
ಕಾಗೂ
ಶ್ರಾವ್ಯಜನಿಕ ನಲಯಗಳಲ್ಲಿನ
ಶ್ರರಕುಗಳ
ತಯಾರಕರು/ ಪೂರೈಕೆದಾರರು
ಮತ್ತು
ಶ್ರೇವಾ ನೀಡುಗರು
ನೊಂದಾಯಿಸಿ
ಬೀಜಕಾಲ ತಕ್ಷಣಾಕಾಲ
ಶ್ರಾಕಷ್ಟು ಶ್ರಂಪನ್ನೂಲಗಳನ್ನು
ಮತ್ತು
ಶ್ರಾಕ್ತ ಶ್ರಾಧನಗಳನ್ನು
ಹೊಂದಿಸಿದರೆ.
ತನ್ನೂಲಕ ಬಡವರಿಗೆ,
ಅಶ್ರಾಕಾಯಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ
ನ್ಯಾಯ ಸಿಗದಂತೆ
ಮಾಡಬಲ್ಲವರಾದಿದ್ದಾರೆ.

* ಸದಸ್ಯರು, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗ. E-mail : bcgupta2000@yahoo.com

ಎಫ್. ವಿವಾದ ನಿವಾರಣೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ

37. ಸದಸ್ಯ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ನ್ಯಾಯಯುತ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ, ಪಾರದರ್ಶಕವಾದ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಪಕ್ಷಪಾತವಾದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ, ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರಗಳ ಮೂಲಕ ನಡೆಸತಕ್ಕದ್ದು. ಇದರಲ್ಲಿ ಹೊರಗಿನ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನೂ ಸೇರಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಅಥವಾ ಸೂಕ್ತವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಸಂಘಗಳು ಶೀಘ್ರ, ಜಾಗರೂಕ, ನ್ಯಾಯಯುತ, ದುಬಾರಿಯಲ್ಲದ ಹಾಗೂ ಕೈಗೆಟುಕುವ ಔಪಚಾರಿಕ ಅಥವಾ ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವಂತೆ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಅಥವಾ ಆಡಳಿತ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸದಸ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು ಸ್ಥಾಪಿಸತಕ್ಕದ್ದು ಅಥವಾ ನಿರ್ವಹಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಂಚಿನಲ್ಲಿರುವ, ಪ್ರತಿಕೂಲ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಮನಗಂಡು ರೂಪಿಸತಕ್ಕದ್ದು.”

ಗ್ರಾಹಕ ಪದವನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ:

3. ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ 'ಗ್ರಾಹಕ' ಪದವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಯಾವುದೇ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯತೆಯಿರಲಿ, ಪ್ರಾಥಮಿಕವಾಗಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ಕುಟುಂಬ ಅಥವಾ ಮನೆ ಉದ್ದೇಶದ ಪರವಾಗಿರುವ ಒಬ್ಬ ಸಹಜ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದೇಶಗಳ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದೆಂಬುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

1985ರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಿರುವುದರ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ, 1986ಯು (1986ರ ಕಾಯ್ದೆ ನಂ. 68) 15.04.1987ರಿಂದ ಜಾರಿಯಾಗುವಂತೆ ಘೋಷಿಸಲಾಯಿತು. ಇದು ಜಿಲ್ಲಾ, ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರ ಮಟ್ಟವೆಂಬ ಮೂರು ಹಂತಗಳ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ/ ಆಯೋಗಗಳ ರಚನೆಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವಾದಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸತಕ್ಕದ್ದೆಂದು

ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ನಿವಾರಣೆ ವೇದಿಕೆಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಜಿಲ್ಲಾ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರ ಶ್ರೇಣಿಯ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಅಧಿಕಾರಿ ವಹಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಪ್ರತಿ ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ದೇಶದ ಕೇಂದ್ರದ ಒಕ್ಕೂಟ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗದ ನೇತೃತ್ವವನ್ನು ಉಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ನಿವೃತ್ತ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ವಹಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ಭಾರತದ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ನಿವೃತ್ತ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿರತಕ್ಕದ್ದು.

ಈ ವೇದಿಕೆ/ ಆಯೋಗಗಳು ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ತಮಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ 90%ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಾಹಕ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನೆರವೇರಿಸಿವೆ. ಆದರೆ, ಇನ್ನೂ ಪರಿಹಾರವಾಗದ ಅವುಗಳ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದರೆ ಹಲವಾರು ಪ್ರಕರಣಗಳ ಅಂತಿಮ ಇತ್ಯರ್ಥವಾಗಲು ಬಹಳ ಕಾಲ ಹಿಡಿಯಬಹುದು. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು, ಅಸಮರ್ಪಕ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಹಲವಾರು ತೊಡಕಿನ ಅಂಶಗಳು ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವೆನ್ನಬಹುದು. ಬಹಳಷ್ಟು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ವಕೀಲರು ಪೌರ ಮೊಕದ್ದಮೆಗಳಂತೆ ಮಂಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷಿಗಳು/ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದ್ದು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಖರ್ಚು ಮತ್ತು ಸಮಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಖಾಸಗಿ ಹಾಗೂ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿನ ಸರಕುಗಳ ತಯಾರಕರು/ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ನೀಡುಗರು ಮೊಕದ್ದಮೆಯನ್ನು ದೀರ್ಘಕಾಲ ತಳ್ಳಿಹಾಕಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ತನ್ಮೂಲಕ ಬಡವರಿಗೆ, ಅಸಹಾಯಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನ್ಯಾಯ ಸಿಗದಂತೆ ಮಾಡಬಲ್ಲವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ನಿವಾರಣೆಗಾಗಿ ಬೇಕಾಗುವ ಸಮಯ, ಹಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಮನಗಂಡು ಬಹಳಷ್ಟು ಗ್ರಾಹಕರು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗೆ ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕನೊಬ್ಬ ಒಬ್ಬ ವಕೀಲರ ಸಹಾಯವಿಲ್ಲದೆ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ವಾಸ್ತವವೆಂದರೆ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಕಾನೂನು ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ



ಪರಿಣಿತರಾದ ವಕೀಲರನ್ನು ಎದುರಿಸುವಾಗ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಏನೂ ತೋಚದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ ಇಡಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದ ನಂತರವೇ ತೀರ್ಪನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಂತಹ ತೀರ್ಪುಗಳ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಇಡಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದರೆ ನ್ಯಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಕಾನೂನು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಸ್ಥಾಪಿಸಿರುವ ಈ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ ಬಾಗಿಲಿಗೆ ಬರಲು ಬಹಳಷ್ಟು ಗ್ರಾಹಕರು ಹಿಂದೇಟು ಹಾಕುತ್ತಾರೆ. ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೀರ್ಮಾನವಾಗದ ಪ್ರಕರಣಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಪ್ರಮುಖ ದೇಶದ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ದೂರವಿರುವ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಈ ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ಪ್ರಕರಣಗಳು ಉಳಿದಿವೆ (100 ಅಥವಾ 200 ವರೆಗೆ ಮಾತ್ರ) ಎಂದು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇವುಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಖರ್ಚು ಬರುತ್ತದೆಂಬುದು ತಿಳಿಯಬೇಕಾದ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರ ವಿವಾದ ಪದವನ್ನು ಪರಿಷ್ಕೃತ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಮೂಲವಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯ ಪಂಚಾಯಿತಿ, ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ, ಸಂಧಾನ ಅಥವಾ ರಾಜಿ, ವಿವಾದ ಬಗೆಹರಿಸುವಿಕೆ, ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಇತ್ಯರ್ಥ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಮೂಲಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಹೊರಗೆ ವಿವಾದಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥ ಮಾಡುವುದೆಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರದ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶವು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ, ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ, ಪಾರದರ್ಶಿಕವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥ ಮಾಡುವುದಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಪೌರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ಕಾಯ್ದೆ, 1987ರ ಸಂಹಿತೆಯ ವಿಭಾಗ 89ರಲ್ಲಿ ಈ ಕುರಿತು ಈಗಾಗಲೇ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಕಾನೂನಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ.

**ಪೌರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಸಂಹಿತೆಯ ವಿಭಾಗ
89, 1908**

1999ರ ಕಾಯ್ದೆ 46ರ ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮೂಲಕ ಪೌರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಸಂಹಿತೆ 1908 ಯ (1908ರ ಕಾಯ್ದೆ) ವಿಭಾಗ 89 ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಯಿತು. ಮಳೀಮರ್ ಸಮಿತಿಯ ಶಿಫಾರಸನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಇದನ್ನು 1.7.2002ರಿಂದ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಯಿತು.

89. ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಹೊರಗೆ ವಿವಾದಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥ-

(1) ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೂ ಅಂಗೀಕಾರವಾಗುವ ಪರಿಹಾರ ಇತ್ಯರ್ಥವಾಗುವ ಅಂಶಗಳು ಇವೆಯೆಂದು ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಕಂಡಾಗ ಆಗ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಇತ್ಯರ್ಥದ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬಹುದು. ಆಗ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಹೇಳಿಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಅವಕಾಶ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಸಾಧ್ಯಸ್ವರೂಪ ಇತ್ಯರ್ಥ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಮತ್ತೆ ರೂಪಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಕೆಳಕಂಡ ಕಡೆಗೆ ಕಳುಹಿಸಬಹುದು-

- (ಎ) ನ್ಯಾಯ ಪಂಚಾಯಿತಿ, (ಬಿ) ರಾಜಿ/ಸಂಧಾನ, (ಸಿ) ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಮೂಲಕ ಇತ್ಯರ್ಥವನ್ನೂ ಸೇರಿದಂತೆ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಇತ್ಯರ್ಥ, ಅಥವಾ (ಡಿ) ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ

ಕಾನೂನು ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ಕಾಯ್ದೆ, 1987(1987ರ ಕಾಯ್ದೆ ನಂ. 39)

ಕಾನೂನು ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ಕಾಯ್ದೆ, 1987, ಅನ್ನು 1995ರಲ್ಲಿ ಅಧಿಸೂಚನೆ ಮೂಲಕ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿರುವ ಅಥವಾ ನಿವೃತ್ತ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಇರುವಂತೆ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಂಘಟಿಸತಕ್ಕದ್ದು. ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ತೀರ್ಮಾನವಾಗದ ಪ್ರಕರಣಗಳು ಅಥವಾ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಮುಂದೆ ಬರಬಹುದಾದ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಗೆ ಕಳುಹಿಸಬಹುದು. ಕಾಯ್ದೆಯ ಸಿ 21 ಪ್ರಕಾರ ಇದನ್ನು ಪೌರ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ತೀರ್ಮಾನದ ಪರಿಗಣಿಸತಕ್ಕದ್ದು ಮತ್ತು ಇದು ಮರು ಮನವಿ ಮಾಡಲಾಗದ ವಿವಾದದ

ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೂ ನಿರ್ಬಂಧವಾಗಿರುವ ತೀರ್ಪಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಗಳ ಕಾರ್ಯ ಕಲಾಪಗಳು ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಕಾರ್ಯಕಲಾಪಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸತಕ್ಕದ್ದು ಮತ್ತು ಈ ಅದಾಲತ್‌ಗಳು ಸಾಕ್ಷಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು, ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ದಾಖಲೆ ಅಥವಾ ವರದಿಗಳನ್ನು ಕೋರುವ ಸೂಕ್ತ ಅಗತ್ಯ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಶಗಳಿಂದ, ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಮೂಲಕ ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳ ನಡುವೆ ಇತ್ಯರ್ಥ ನಡೆದರೆ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಮುಗಿದಂತೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ತೀರ್ಪಿನ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕಾಗಿ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ವಹಣಾ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಕ್ಕಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಜಿಯು ಬೇಕಿಲ್ಲ, ಅಥವಾ ಮನವಿ, ಪರಿಷ್ಕರಣೆ ಅಥವಾ ಪುನರ್ ವಿಮರ್ಶೆಗೆ ಮೊರೆಹೋಗುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಇದರ ಆಕಾಂಕ್ಷಿತ ಉದ್ದೇಶವು ವೇಗವಾಗಿ ನಡೆಯಬೇಕೆಂಬುದಾಗಿದ್ದು ಇಲ್ಲಿ ದುಬಾರಿಯಲ್ಲದ ಶೀಘ್ರ ನ್ಯಾಯ ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿ ಸಾಧಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ವಿವಾದವನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥ ಮಾಡಲಾಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ವಿವಾದವು ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಗಳನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರ, ರಾಜ್ಯ ಹಾಗೂ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿರುವ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಘಟಿಸಲಾಗುತ್ತದೆಂದು ಕಾಯ್ದೆಯು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಈಗ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನು ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವಿದ್ದು ಇಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ನಿವೃತ್ತ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ಅಥವಾ ಹಾಲಿ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದು ಇತರೆ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ನಾಮನಿರ್ದೇಶನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲಾ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವು ಹಾಲಿ ಅಥವಾ ನಿವೃತ್ತ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರ ನೇತೃತ್ವದಲ್ಲಿ ರಚಿತಗೊಂಡು ಉಚ್ಚನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಮುಖ್ಯ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ಅದರ ಪೋಷಕರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಜಿಲ್ಲಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಅಥವಾ ಸೆಷನ್ಸ್ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರು ಅದರ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಸದಸ್ಯರಿರುತ್ತಾರೆ. ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯ, ಉಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯ

ಮತ್ತು ತಾಲ್ಲೂಕು ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಸಮಿತಿಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸುವ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಪೌರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಸಂಹಿತೆಯ ವಿಭಾಗ 89ರಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಿರುವ ನಿಯಮದಲ್ಲಿ ಈ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಕಾನೂನು ಬದ್ಧತೆ ಹಾಗೂ ಸೂಕ್ತತೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗಿದ್ದು ಹಲವಾರು ಕಾನೂನು ಅರ್ಜಿಗಳು ಗೌರವಾನ್ವಿತ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಮುಂದೆ ಸವಾಲಾಗಿರುವ ಕ್ಲಿಷ್ಟ ವಿಷಯಗಳಾಗಿವೆ. ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಮೂವರು ಸದಸ್ಯ ಪೀಠವು ಎರಡು ವಿಭಿನ್ನ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ತೀರ್ಪನ್ನು ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿ ವಿಭಾಗ 89ರ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ತೀರ್ಪನ್ನು 'ಸೇಲಂ ವಕೀಲರು ಸಂಘ ಮತ್ತು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ (2003) 1 ಎಸ್‌ಸಿಸಿ 49 ನಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಯಿತು. ಮತ್ತೆ ಸೇಲಂ ವಕೀಲರು ಸಂಘ ಮತ್ತು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ (2005) 6 ಎಸ್‌ಸಿಸಿ 344ನಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಪುನರುಚ್ಚರಿಸಲಾಯಿತು. ಗೌರವಾನ್ವಿತ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಕಡ್ಡಾಯ ಎಂಬ ತನ್ನ ಮಹೋನ್ನತ ತೀರ್ಮಾನವನ್ನು 'ಆಫ್ಫಾನ್ಸ್ ಇನ್ವಾಸ್ಪ್ಪುಕ್ಟರ್ ಲಿ. ಅಂಡ್ ಎಎನ್ ಆರ್. ಮತ್ತು ಚೆರಿಯನ್ ವಾರ್ಕಿ ಕನ್ಸ್ಟ್ರುಕ್ಟ್ ಕಂ. ಪ್ರೈ ಲಿ. ಅಂಡ್ ಒಆರ್ ಎಸ್ (2010(8) ಎಸ್ ಸಿಸಿ 24 ನಲ್ಲಿ ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯಿತು. ಕೆಳಕಂಡ ವಿಧಗಳ ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವೆಂದು ಹೇಳಿದೆ:

ಪರ್ಯಾಯ ವ್ಯಾಜ್ಯ ವಿಲೇವಾರಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುವ ಪ್ರಕರಣಗಳು

V. ವ್ಯಾಪಾರಿ, ಪೂರೈಕೆದಾರ/ ತಯಾರಕ/ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರ, ತನ್ನ ವ್ಯಾಪಾರ/ವೃತ್ತಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ, 'ಪದಾರ್ಥ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು' ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬಹಳ ಆಸ್ಥೆ ವಹಿಸುವ ಎಲ್ಲ ವಿವಾದಗಳನ್ನು ಸೇರಿದಂತೆ ಎಲ್ಲ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳು" ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಬಿಜಯ್ ಸಿನ್ಹ ರಾಯ್ (ಡಿ) / ಎಲ್ ಆರ್ ಮತ್ತು ಬಿಸ್ವನಾಥ್ ದಾಸ್ ಮತ್ತು ಒಆರ್ ಎಸ್ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ 30.8.2017ರಲ್ಲಿ ತನ್ನ ತೀರ್ಪನ್ನು ನೀಡಿತು (ಪೌರ ಮನವಿ

ಸಂ. 4761-63/2009, 30.8.2017ರಲ್ಲಿ ನಿರ್ದರಿಸಿತು). ಇದು 23 ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ತೀರ್ಮಾನಿಸಲಾದ ವೈದ್ಯಕೀಯ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯತೆಯ ಪ್ರಕರಣದ ಮೊಕದ್ದಮೆಯಾಗಿತ್ತು. ಆಗ ಸರ್ವೋಚ್ಚ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ಮುಂದಿನಂತೆ ಸೂಚಿಸಿತು:

16. ಈ ಆದೇಶವನ್ನು ನೀಡುವ ಮೊದಲು, ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯಿಂದ ನೀಡುವ ನ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಇನ್ನೊಂದು ಮುಖ್ಯ ಅಂಶವನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ನ್ಯೂನತೆಯ ದೂರನ್ನು ಹೊಂದಿ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಬರುವ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪರಿಹಾರ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ಚಳವಳಿಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986 ತರಲಾಯಿತು. ಕಾಯಿದೆಯ ಚೌಕಟ್ಟು ಭಾರತವು ಸಹಿ ಮಾಡಿರುವ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯ 1985ರ ಏಪ್ರಿಲ್ 9ರ ಗೊತ್ತುವಳಿ ಆಧಾರದಲ್ಲಿದೆ ಕಾಯಿದೆಯು ಶೀಘ್ರ ಮತ್ತು ತ್ವರಿತವಾದ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರದ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾಯಿದೆಯ ಒದಗಣೆಗಳು ಇತರ ಕಾನೂನಿನ ಅಪಮೌಲ್ಯಿಕವಲ್ಲ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುವಂತಹವು. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಕಾಯಿದೆಯು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾಯಿದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬಹುಮಟ್ಟಿಗೆ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಅಧಿಕಾರಗಳನ್ನು ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಹಾನಿಗಳಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಈ ತೀರ್ಪು ಸೇವಾ ನೀಡುಗರ ಧೋರಣೆಯಲ್ಲಿ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆ ತರುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

17. ಮೇಲಿನ ಯೋಜನೆ ಹಾಗೂ ಕಾಯಿದೆಯ ಉದ್ದೇಶದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಳಕಂಡ ವಿಷಯಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಯ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿಚಾರಣೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದೆ:

(ಅ) ವಿವಾದಗಳ ಶೀಘ್ರ ಪರಿಹಾರಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಅಗತ್ಯ, (ಆ) ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ಪರ್ಯಾಯ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ



ಅಗತ್ಯ, ಇದನ್ನು ನ್ಯಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಒಂದು ಭಾಗವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ.

18. ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಶೀಘ್ರ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಕಾಯಿದೆಯ ವಿಭಾಗ 24ಬಿಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಎಲ್ಲಾ ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗಗಳ ಆಡಳಿತ ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಶೀಘ್ರ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುವ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲು ಸಮರ್ಥವಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಕಾಲದವರೆಗೆ ವಿಷಯಗಳು ಇತ್ಯರ್ಥವಾಗದೆ ಉಳಿಯುವುದು ಕಾಯಿದೆಯ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸೋಲಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಗುರಿ ವಿಫಲವಾದಂತಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ವಿಷಯವೇ ಸರಿ. ಈ ಅಂಶವನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕೆಂದು ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಕ್ರಿಯಾ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಮನವಿಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಾವು ಹುಸೇನ್ ಮತ್ತು ಯುಪಿ ರಾಜ್ಯಗಳ ನಡುವಿನ ಇತ್ತೀಚಿನ ತೀರ್ಪನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದು ((2017) 5 ಎಸ್ ಸಿ ಸಿ 702, ಪ್ರಾರಾ 22). ಇಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯಾ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ಹೊರಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಎಲ್ಲೆಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವೋ ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ತಜ್ಞ ಸಾಕ್ಷಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ವಿಡಿಯೋ ಕಾನ್ಫರೆನ್ಸ್ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕೂಡ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

19. ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರದ ಬಳಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತೆ ಇನ್ನೊಂದು ಅಂಶವಿದೆ. 1999ರ 46 ಕಾಯಿದೆಯ ವಿಭಾಗ 89ದಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಹೊರಗೆ ವಿವಾದಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ.

20. ನಿಖರವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕೆಂದರೆ ಸದರಿ ನಿಯಮವು ಪೌರ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾನೂನಿನ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಕಾನೂನಿನ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ ಸದರಿ ನಿಯಮದ ಉದ್ದೇಶವು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವುದನ್ನು ಹೊರತು ಪಡಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಕಾರಣವಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇದರಂತೆ, ನಾವು ಸದರಿ ನಿಯಮವು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವೇದಿಕೆಗಳು ಸ್ವೀಕರಿಸತಕ್ಕದ್ದೆಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ. ನಾವು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಸೂಕ್ತ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ನೀಡತಕ್ಕದ್ದೆಂದು ಕೋರುತ್ತೇವೆ.

20. ಇದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗಕ್ಕೆ ಮುಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ಕಾಯ್ದೆ 1987ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ, ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗವು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಸಹಯೋಗದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ.

ಪರಿಹಾರ

ಮೇಲ್ಕಂಡ ವಿಷಯಗಳಿಂದ ಪರಿಷ್ಕೃತ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶದಪಡಿಸಿದಂತೆ ನ್ಯಾಯಯುತ, ಪಾರದರ್ಶಕ, ತ್ವರಿತ, ದುಬಾರಿಯಿಲ್ಲದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಕಾನೂನು ನಿಯಮಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇವೆ ಎಂಬುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಒಂದು ಅನುಷ್ಠಾನ ಕಾರ್ಯ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಅತ್ಯಾವಶ್ಯಕವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986ರಲ್ಲಿ ರೂಪಿಸಿದಂತೆ ಒಂದು ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಯ ರಚನೆಯು ಬಹುತೇಕ ಕಾನೂನು ಸೇವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಹೋಲುತ್ತದೆಂಬುದು ಬಹಳ ಶ್ಲಾಘನೀಯವಾದುದು. ತಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವ ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತ ಮಂಡನೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಆಗಸ್ಟ್ 2005ರಲ್ಲೇ ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆ/ ರಾಜ್ಯ

ಆಯೋಗವು ಪ್ರತಿವಾರ ವಾರದ ಕೊನೆ ಕೆಲಸ ದಿನದಂದು ಲೋಕ್ ಅದಾಲತ್ ಅನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊರಡಿಸಿತ್ತು. ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಪೈಕಿ ಒಬ್ಬರು ಅಥವಾ ಇಬ್ಬರು ಗಣ್ಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಕಲಾಪಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಲು ಆಹ್ವಾನಿಸಬೇಕೆಂದು ಮತ್ತು ಅವರ ಸಮ್ಮುಖದಲ್ಲಿ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥ ಮಾಡತಕ್ಕದ್ದೆಂದು ಕೂಡ ಹೇಳಲಾಗಿತ್ತು. ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆ/ ಕಾರ್ಯ ಆಯೋಗವು ಈ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸುತ್ತಾ ಈ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಿಸತಕ್ಕದ್ದೆಂದು ಹಾಗೂ ಅನುಸರಣೆ ಮಾಡತಕ್ಕದ್ದು. ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ಪರಿಹಾರದ ಕರ್ತವ್ಯವನ್ನು ಹೊತ್ತಿರುವ, ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಾಂಗ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳು/ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಪರಿಷ್ಕರಿಸಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ಪರಿಹಾರವು ದುಬಾರಿಯಿಲ್ಲದೆ, ವೇಗವಾಗಿ ನಡೆಯುವ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ

ಪರಿಹಾರ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಲು ಕೈ ಸೇರಿಸುವುದು ಈ ಹೊತ್ತಿನ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಕಾನೂನು ನಿಯಮಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಅವಲೋಕಿಸಿರುವಂತೆ ಈ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಅವರು ಪ್ರಮುಖ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಗಣ್ಯರು ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಹಾಗೂ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಅತಿರೇಕವೆಂದು ಭಾವಿಸಲಾಗದು. ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಹಯೋಗದಲ್ಲಿರುವ 250 ಗ್ರಾಹಕ ಗುಂಪುಗಳ ವಿಶ್ವಮಟ್ಟದ ಸಂಘವಾದ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ (ಸಿ.ಐ.) ಸಂಸ್ಥೆ 2018ರ ಸಾಲನ್ನು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವರ್ಷವೆಂದು ಘೋಷಿಸಿದೆ. 2017ರ ವರ್ಷದ ವಿಷಯ 'ಉತ್ತಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ವಿಶ್ವ' ಎಂಬುದಾಗಿತ್ತು. ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳ ಕಾಯ್ದೆ, 2015 ಎಂಬ ಹೊಸ ಕಾನೂನನ್ನು 1.10.2015ರಿಂದ ಬ್ರಿಟನ್

ಜಾರಿಯಾಗುವಂತೆ ಘೋಷಿಸಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ 'ಡಿಜಿಟಲ್ ಅಂಶ' ವು 'ಸರಕುಗಳು' ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು' ಜೊತೆಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಮೂರನೆಯ ವರ್ಗವಾಗಿ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಆನ್ ಲೈನ್ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ವೇಗವಾಗಿ ವಿವಾದಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳ ನಡುವಿನ ವಿವಾದಗಳಿಗೆ ಇದು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಬೆಂಗಳೂರಿನ ನ್ಯಾಷನಲ್ ಲಾ ಸ್ಕೂಲ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ ಯುನಿವರ್ಸಿಟಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಆನ್ ಲೈನ್ ಮಿಡಿಯೇಷನ್ ಸೆಂಟರ್ (ಆನ್ ಲೈನ್ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಕೇಂದ್ರ) ವನ್ನು ತೆರೆದು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಒಂದು ಆರಂಭ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಪರ್ಯಾಯ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಆಗ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಿರುವ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ನಾವು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ನೀಡಬಹುದಾಗಿದೆ. □

ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ಆಯಾಮ

(17ನೇ ಪುಟದಿಂದ)

ಬಗೆಗಿನ ವಿಶ್ವಾಸ ವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ದೋಷಗಳಾದರೂ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಜನರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ವರ್ತಿಸಿ, ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯಿಂದ ಮಾತನಾಡಿ, ಪೂರೈಕೆ ಸರಣಿಯನ್ನು ಮುಕ್ತವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಿಬ್ಬಂದಿಯೊಡನೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ವರ್ತಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ, ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರುವ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಡುವ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯೂ ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಹೊಸ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ, ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಪದ್ಧತಿಗೆ ತಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ತೋರಬೇಕಿದೆ.

ಅನುಮಾನಗಳು

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ನಾವಿನ್ನತೆ ಸದಾ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದು

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಕಷ್ಟಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟೊಟ್ಟಿಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಎದುರಾಗಲಿರುವ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಡತಡೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಮತೋಲಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ರಕ್ಷಣಾ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಜತೆಗೆ ನಾವಿನ್ನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೂಲಕ ಆಗಲಿರುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಒತ್ತಿಹೇಳಬೇಕಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆ ಅತಿಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ನಾಗರಿಕರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಜನರ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಜತೆಗೆ ಇವುಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ, ವಿಶ್ವಾಸ ವೃದ್ಧಿಸಿದಾಗ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಹಕ್ಕುಗಳ ರಕ್ಷಣೆಯ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹಾಗೂ ಸ್ವಾಯತ್ತತೆ ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುವ ಜತೆಗೆ, ಸರ್ಕಾರಗಳು, ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ನಾನಾ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ನಾವು ಕಾಣುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಯ ವೇಗಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಕಾನೂನು ಹಾಗೂ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಬೇಕಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ ಇಂದು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತಿನ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಉತ್ತಮ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವುದು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಆದ್ಯತೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಬೇಕಿದೆ. ಇಲ್ಲವಾದರೆ, ಅಸಮರ್ಪಕ ಹಾಗೂ ದೋಷಪೂರಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಂದಾಗಿ ಮೂಲ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಧಕ್ಕೆಯಾಗಲಿದೆ. ಸರ್ಕಾರಗಳು, ಜಾಗತಿಕ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು, ಸ್ಥಳೀಯ ಸಣ್ಣ ವಾಣಿಜ್ಯದಾರರು, ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ನಾಗರಿಕ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಜನರು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ತಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ರೂಪಿಸಲು ಒಗ್ಗೂಡಿ ಕಾರ್ಯೋನ್ಮುಖವಾಗಬೇಕಿದೆ. □

ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆ



* ಡಾ. ಜಿ ಸುಂದರಂ

ಇತ್ತೀಚಿನವರೆಗೆ ಕೂಡ
ಯುವಜನತೆ ಏನು
(ನಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ)ವನ್ನು
ನೊಂದಲ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ನಾಡುತ್ತಾ.
ಆದರೆ
ಕೂಡ
ಅವರು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು
ಹೆಚ್ಚು ಆಯ್ಕೆಗೆ
ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತಾರೆ.
ತನ್ನ ಕಲವಾರು
ಶ್ರಾಧನ
ಮತ್ತು
ಸೇವೆಗಳೊಂದಿಗೆ
ಇಂದಿನ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ
ಉದ್ದಮೆಯು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು
ಮತ್ತು
ಕಾರ್ಪೊರೇಷನ್‌ಗಳ ಹಣವನ್ನು
ಶುಶ್ರೂಷಿಸುವುದು
ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆ ರೂಪಿಸಿರುವ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ, ಕಾನೂನು ಅನುಷ್ಠಾನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ ತಂತ್ರವಿಧಾನಗಳನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತಿರುವ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ತತ್ವಗಳಾಗಿವೆ. ಮೊಟ್ಟಮೊದಲಿಗೆ ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಏಪ್ರಿಲ್ 1985ರಲ್ಲಿ ಗೊತ್ತುವಳಿ 39/248 ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಯಿತು. ನಂತರ ಇದನ್ನು ಜುಲೈ 1999ರ ಇಸಿಓಎಸ್ ಓಸಿ ಗೊತ್ತುವಳಿ 1999/7ಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಯಿತು. ಡಿಸೆಂಬರ್ 2015ರ ಗೊತ್ತುವಳಿ 70/186 ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಮರುಪರಿಷ್ಕರಿಸಿ ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಯಿತು.

ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ 2015ರ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು ಸೇರ್ಪಡೆಯಾದವು. ಇದರಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯಯುತ ವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಪಕ ಪ್ರಕಟಣೆ, ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಸಾಲ ನೀಡಿಕೆ, ದುರ್ಬಳಕೆ, ವಂಚನೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಪಾರದರ್ಶಕತೆಗಾಗಿ ಶಿಫಾರಸುಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಯಿತು.

ಹಣಕಾಸು ಸೇರ್ಪಡೆ, ಹಣಕಾಸು ವ್ಯವಹಾರ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಾಗೂ ಬಳಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಸಮಗ್ರೀಕರಿಸಲು ಮತ್ತು ಬಲಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಲು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಕೂಡ ಇದು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಪಂಚದ ಹಣಕಾಸು ಬಿಕ್ಕಟ್ಟು ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಭಾವಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಓಇಸಿಡಿ/ಜಿ20ಯು ಹಣಕಾಸು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ ಕುರಿತು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ತತ್ವಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿತು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು ಇದನ್ನು ಈ ರೀತಿ ಗುರುತಿಸಿತು. “ಉತ್ತಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆಯಿದ್ದರೆ ಇದು ದೀರ್ಘಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ಸುಸ್ಥಿರತೆ, ವೃದ್ಧಿ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಳ ಹಾಗೂ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ಹಣಕಾಸು ಬಿಕ್ಕಟ್ಟು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಯತ್ತ ಮತ್ತೆ ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಗಮನ ಹರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.” ಬಿಕ್ಕಟ್ಟರಲಿ ಇಲ್ಲದಿರಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರಗಳು ಹಾಗೂ ಎನ್‌ಜಿಓಗಳು ಮಾಡಬೇಕು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇರ್ಪಡೆ ಹಾಗೂ ಸಶಕ್ತೀಕರಣ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ತಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆ ಮತ್ತು ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ತಿಳಿದಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಶಕ್ತರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು ಆಗ ಅವರು ತಮ್ಮನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಸಮರ್ಥರಾಗುತ್ತಾರೆ. “ಬಹುತೇಕ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಅಧಿಕಾರಗಳ ಅತಿ ಮುಖ್ಯ ಆದ್ಯತೆಯೆಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದು, ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ಅಂತರ್ಗತ ಮಾಹಿತಿ ಅಂತರವನ್ನು ತೊಡೆದುಹಾಕಿ ಸಮತೋಲನ ಉಂಟುಮಾಡುವುದು.

* ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಸಲಹಾಕಾರರು. E-mail : drgsundaram@yahoo.com

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ - 2016ರ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು

ಸದಸ್ಯ ದೇಶ / ಸರ್ಕಾರಗಳು ಕೆಳಕಂಡ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮನಗಂಡು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ, ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸತಕ್ಕದ್ದು ಅಥವಾ ಸ್ಥಾಪಿತತಕ್ಕದ್ದು:

ಅ. ಹಣಕಾಸು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಮತ್ತು ಅನುಷ್ಠಾನ ನೀತಿಗಳು.
ಆ. ಅಗತ್ಯವಾದ ಅಧಿಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಅಗತ್ಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಂಡಳಿಗಳು.
ಇ. ರೇವಣಿಗಳನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವತ್ತುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳು ಮತ್ತು ವಿಮಾ ವಿಧಾನಕ್ರಮಗಳು. ಈ. ಹಣಕಾಸು ಸಾಕ್ಷರತೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಸುಧಾರಿತ ಹಣಕಾಸು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು.
ಉ. ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ವ್ಯವಹಾರ ನಡವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳು, ತಮ್ಮ ಅಧಿಕೃತ ಏಜೆಂಟುಗಳ ಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೂಡ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತವಾಗಿ ಉತ್ತರದಾಯಿಗಳಾಗುವಂತೆ ಖಚಿತ-ಪಡಿಸುವುದು, ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಘರ್ಷಣೆಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ನೆರವಾಗುವಂತೆ ಹಣಕಾಸು ಸೇವಾ ನೀಡುಗರು ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಘರ್ಷಣೆಯ ಕುರಿತು ಒಂದು ಅಖತ ನೀತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು. ಸೇವಾ ನೀಡುಗರು ಮತ್ತು ಮೂರನೆಯ ಪಕ್ಷದವರ ನಡುವೆ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಘರ್ಷಣೆ ಪರಿಹಾರದ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಒದಗಿದಾಗ, ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಘರ್ಷಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಉಂಟಾಗುವ ನಷ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವುದು.
ಊ. ಹಣಕಾಸು ಸೇವಾ ನೀಡುಗರು ಮತ್ತು ಅಧಿಕೃತ ಏಜೆಂಟುಗಳಿಂದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಯುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಇದರಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ

ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಾಧನಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಸಾಲ ನೀಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪದಾರ್ಥಗಳ ಮಾರಾಟವೂ ಸೇರುತ್ತವೆ. ಋ. ವಂಚನೆ ಮತ್ತು ದುರ್ಬಳಕೆಗಳನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಣಕಾಸು ಅಂಕಿಅಂಶಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣ. ಎ. ಹಣ ಮಿಗುತಾಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ಮತ್ತು ಪಾವತಿಗಳಿಗೆ ಬೀಳುವ ಖರ್ಚು ಅಥವಾ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ವರ್ಗಾಯಿಸಲ್ಪಡುವ ಹಣದ ರವಾನೆ, ವಿನಿಮಯ ದರಗಳು, ಎಲ್ಲ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಒದಗುವ ಇತರೆ ಯಾವುದೇ ಖರ್ಚುಗಳು ಹಾಗೂ ವರ್ಗಾವಣೆ ಯಾಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರಗಳು, ಹೀಗೆ ಎಲ್ಲ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಪಾವತಿಗಳ ಪಾರದರ್ಶಿಕತೆಯುಳ್ಳ ಒಂದು ನಿಯಂತ್ರಣ ರೂಪರೇಷೆ ಇರಬೇಕು.

67. ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ, ಹಣಕಾಸು ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಲು ಮತ್ತು ಪಡೆಯಲು ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ವಿಧಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸಮಗ್ರೀಕರಿಸಲು ಸದಸ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು ಸೂಕ್ತ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕು.

68. ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ಸೂಕ್ತ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಣೆ ಮಾಡಲು ಇಷ್ಟಪಡಬಹುದು., ಹಾಗೆಯೇ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು, ತಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ಸಂದರ್ಭಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅಳವಡಿಸಿ, ಅದಕ್ಕೆ ಬದ್ಧವಾಗಿರುವಂತೆ, ಹಾಗೂ ಗಡಿಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕಾಗಿ ಇತರೆ ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಹಯೋಗದಲ್ಲಿರುವುದನ್ನು

ಖಚಿತಪಡಿಸುವುದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು. ಈ ಮೂಲಕ ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಕಾರ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು 20ರ ಗುಂಪಿಗಾಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಯ ಕುರಿತು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ತತ್ವಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಇಷ್ಟಪಡಬಹುದು. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಗುಂಪು 20ರ ಸೃಜನಶೀಲ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ ತತ್ವಗಳು ಮತ್ತು ವಿಶ್ವ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಹಣಕಾಸು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಕೂಡ ಬಯಸಬಹುದು.

ವಿಶೇಷ ವಲಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕ್ರಮಗಳು

69. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವಾಗ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ, ಸದಸ್ಯ ದೇಶಗಳು ಸೂಕ್ತವಾದೆಡೆ, ಆಹಾರ ನೀರು, ಔಷಧಿಗಳು, ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಬಳಕೆಗಳಂತಹ ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೋಗ್ಯದ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮದ ವಿಶೇಷತೆಯ ಕುರಿತು ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಾದ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು.

ಪದಾರ್ಥ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಯಂತ್ರಣ, ಸೂಕ್ತ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷಿತ ವಿತರಣಾ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ, ಹಾಗೂ ಈ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೀತಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು.

70. ಆಹಾರ. ಆಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವಾಗ, ಸದಸ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು ಎಲ್ಲ ಗ್ರಾಹಕ ಗುಂಪಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು.

ಇದನ್ನು ಹೇಳುವುದು ಸುಲಭ ಆದರೆ ಕಾರ್ಯಗತ ಮಾಡುವುದು ಕಷ್ಟ. ಗ್ರಾಹಕ



ತಿಳಿವಳಿಕೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಘ, ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಶಿಕ್ಷಣ ತಜ್ಞರು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಮೊದಲಾದ ಪಾಲುದಾರರ ನಡುವೆ ಭಾಗಿತ್ವ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಾವು ಇತ್ತೀಚಿನ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನೂ ಗಮನದಲ್ಲಿಡಬೇಕು. ಈ ಸಂಬಂಧದಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ಸೇವಾ ವಲಯ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಕೀರ್ಣವಾದದ್ದು. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹಲವಾರು ಸಂಕೀರ್ಣ ವಿಷಯಗಳು

ಎದುರಾಗುತ್ತವೆ. ಅವರು ಪ್ರತಿದಿನ ತಮಗೆ ಸ್ವಲ್ಪವೂ ಅರಿಯದಂತಹ ಹಲವಾರು ಆಫರ್ ಗಳನ್ನು ಇಮೇಲ್ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. 1986ನಿಂದ ಭಾರತವು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಕಾನೂನು ಗ್ರಾಹಕ ಬೇಕೇ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆ ಏಳುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ವಲಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ಕಾನೂನುಗಳಿವೆ. ಆದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ



ಅವು ಎಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಬಲ್ಲವು ಎಂಬ ಸಂಶಯ ಉಳಿಯುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೂ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವಂತೆ ನೆರವಾಗಲು ಈಗಿನ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾನೂನನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಗ್ರವಾಗಿಸಲು ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಲವಾರು ಪಾಲುದಾರರಿರುವ ಇಂದಿನ ಹಣಕಾಸು ಸೇವಾ ವಲಯವು ಬಹಳ ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳೇ ಒಟ್ಟು 64% ಸ್ವತ್ತನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಸಿಎಗಳು, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು, ಸಲಹೆಗಾರರು, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಮೊದಲಾದ ಇತರೆ ಔಪಚಾರಿಕ ಮತ್ತು ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಪಾಲುದಾರರು ಈ ವಲಯದಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. ಠೇವಣಿಗಳನ್ನೂ ಸೇರಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವತ್ತನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳು ಮತ್ತು ವಿಮಾ ವಿಧಾನಕ್ರಮಗಳು ಇರಬೇಕು. ಹೀಗಾಗಿ ಹಣಕಾಸು ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಹುಮುಖ್ಯ. ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಗಳು ಮರು ಅಧ್ಯಯನ ಯೋಗ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಬಡ್ಡಿದರ, ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ದರಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೈಕೆ, ಕಾರ್ಯ ವಿಹೀನ ಸ್ವತ್ತುಗಳು (ದೊಡ್ಡ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವಿಶಾಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯರ್ಥ ಸಾಲದ ಇನ್ನೊಂದು ಹೆಸರು) ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಕುರಿತಂತೆ ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ನೀತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ದೇಶದ ಕೇಂದ್ರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಗಿರುವ ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ ಪ್ರಮುಖ

ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲೂ ಆರ್ ಬಿ ಐ ನೇಮಿಸಿರುವ ಬ್ಯಾಂಕು ದೂರು ಪರಿಹಾರ ಮಂಡಲಿಯು ಈ ಕುರಿತಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಆಲಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು ಹಣಕಾಸು ಉದ್ಯಮ ಒದಗಿಸುವ ಆರ್ಥಿಕ ಸೇವೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು, ಆರ್ ಬಿ ಐ, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡು ಕಂಪನಿಗಳು, ವಿಮಾ ಕಂಪನಿಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ಹಣಕಾಸು ಕಂಪನಿಗಳು, ಸ್ಟಾಕ್ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು, ಹೂಡಿಕೆ ನಿಧಿಗಳು, ಮ್ಯೂಚುಯಲ್ ಫಂಡುಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಹಣವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವ್ಯಾಪಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯುಳ್ಳ ವ್ಯಾಪಾರಗಳು ಸೇರುತ್ತವೆ. ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡುಗಳನ್ನು ಸೇರಿದಂತೆ 150 ಹಣಕಾಸು ಪದಾರ್ಥಗಳ ತುಲನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು 'ವಾಯಿಸ್ ಸೊಸೈಟಿ' ಮಾಡಿದೆ. ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಫಾರ್ಮರ್ಸ್ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಕಮಿಷನ್, ಹಲವಾರು ಗ್ರಾಹಕರು ಅವಲಂಬಿಸುವ ಮ್ಯೂಚುಯಲ್ ಫಂಡ್ ಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ಹಣಕಾಸು ಕಂಪನಿಗಳು, ಹೂಡಿಕೆ ನಿಧಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ವ್ಯಾಪಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ವಲಯಗಳು ವಿಮೆ ಸಂಸ್ಥೆ ಹಾಗೂ ಭಾರತದ ಸೆಕ್ಯೂರಿಟೀಸ್ ಮತ್ತು ವಿನಿಮಯ ಮಂಡಳಿ(ಸೆಬಿ)ಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿವೆ. ಇಂದು ಗ್ರಾಹಕನು ಈ ವ್ಯಾಪಕ ಬೃಹತ್ ವಲಯದ ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಕಳೆದುಹೋದವನಂತಿದ್ದಾನೆ! ಇಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು ವಲಯದಲ್ಲಿ 'ಸೇರ್ಪಡೆ' ಎಂಬ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮಟ್ಟಗಳಿರುವ ಭಾರತದಂತಹ ಬೃಹತ್ ದೇಶದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಇದು ದಿಟ. ಅತ್ಯಧಿಕ ಸಾಕ್ಷರತೆಯುಳ್ಳ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿರುವ ಕೇರಳದಂತಹ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಇದು ಸರಳವೆನಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಭಾರತದ ಇತರೆ

ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಜನರಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಕೌಂಟ್ ಏನೆಂದೂ ಕೂಡ ತಿಳಿದಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಇತ್ತೀಚಿನ ಪ್ರಧಾನ್ ಮಂತ್ರಿ ಜನ್ ಧನ್ ಯೋಜನೆಯು 'ಹಣಕಾಸು ಸೇರ್ಪಡೆ'ಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದೆ. ಮೊದಲಬಾರಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ 350ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಿಲಿಯನ್ ಜನರು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಕೌಂಟ್ ತೆರೆದಿದ್ದಾರೆ ಅವರು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಯಿಲ್ಲದೆ ತಮ್ಮ ಅಕೌಂಟಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹಣ ಪಡೆದು ತನ್ಮೂಲಕ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಬರುವ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ನೇರ ಫಲಾನುಭವಿಯಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಈ ತೊಂದರೆ ರಹಿತ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿ ರಹಿತ ಸಲೀಸಾದ ಹಣಕಾಸು ವರ್ಗಾವಣೆಯು ದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ 'ಸೇರ್ಪಡೆ'ಯಾಗಿರುವ ಭಾವವನ್ನು ಅವರಿಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಇತ್ತೀಚಿನವರೆಗೆ ಕೂಡ ಯುವಜನತೆ ಐಟಿ(ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ)ವನ್ನು ಮೊದಲ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ಮಾಡಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಅವರು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆಯ್ಕೆಗೆ ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತಾರೆ. ತನ್ನ ಹಲವಾರು ಸಾಧನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಇಂದಿನ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ ಉದ್ಯಮಿಯು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಷನ್ಗಳ ಹಣವನ್ನು ಸುಸೂತ್ರವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು ಬಡವರಿಗೆ ಬಡತನದಿಂದ ಹೊರಬರಲು ದಾರಿ ತೋರಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬಾಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು ಶ್ರೀಮಂತರಿಗೆ ಹಣ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ನೆರವು ನೀಡುತ್ತವೆ." ಆದರೆ ಇದು ಶೀಘ್ರ ದೂರು ಪರಿಹಾರದೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆಯೆಂಬುದು ನನ್ನ ಅಭಿಪ್ರಾಯ. □

ಸುದ್ದಿ

ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರವು 15ನೇ ಹಣಕಾಸು ಆಯೋಗವನ್ನು ರಚಿಸಿದೆ. ಸಂವಿಧಾನದ 280(1) ಪರಿಚ್ಛೇದದಡಿ, 2017 ನವೆಂಬರ್ 27 ರಿಂದ ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತೆ ಈ ಆಯೋಗ ರಚಿಸಿದ್ದು ಅದು 2020, ಏಪ್ರಿಲ್ ಒಂದರಿಂದ ಮುಂದಿನ ಐದು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವಂತೆ ಹಣಕಾಸು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಲಿದೆ. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಮಾಜಿ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ ಮತ್ತು ಸಂಸದ ಶ್ರೀ ಎನ್.ಕೆ. ಸಿಂಗ್ ನೇತೃತ್ವದ ಈ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ಶ್ರೀ ಶಕ್ತಿಕಾಂತ್ ದಾಸ್, ಡಾ. ಅನೂಪ್ ಸಿಂಗ್, ಸದಸ್ಯರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಡಾ. ಅಶೋಕ ಲಹರಿ, ಡಾ. ರಮೇಶ್ ಚಂದ್ ಅರೆಕಾಳಕ ಸದಸ್ಯರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಶ್ರೀ ಅರವಿಂದ ಮೆಹ್ರಾ ಆಯೋಗದ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು



* ದಿವಾಕರ್ ಲೆಂಕಾ



ಯಾವುದೇ ಫೋನ್ ನಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ
ಗ್ರಾಹಕರೇ ಪ್ರಮುಖರು.
ದೂರುಗಳ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ
ನಿರ್ವಹಣೆ ಹಾಗೂ
ಅವುಗಳ
ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು
ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ಯೋಜನೆಯ
ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳು,
ದೂರುಗಳ ಯುಕ್ತಾಯುಕ್ತೆ,
ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು,
ಉತ್ಪನ್ನಗಳು
ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳು,
ಪ್ರಯೋಗ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಗಳಿಕೆಗೆ
ಶಾಕಷ್ಟಿ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಭಾರತೀಯ ರಿಜರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ (ಆರ್‌ಬಿಐ) ಬ್ಯಾಂಕ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೂಲ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ. ಅದು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು ಹಾಗೂ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳೆರಡರ ಕುರಿತೂ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಆರ್‌ಬಿಐ ರೂಪಿಸುವ ನಿಯಮಗಳು ಬ್ಯಾಂಕ್ ನೀಡುವ ಎಲ್ಲ ಸೇವೆ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ, ಸೂಕ್ತವಲ್ಲದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಸೇವೆಯಿಂದ ತೃಪ್ತಿ ಹೊಂದದಿದ್ದರೆ, ಆ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಎಲ್ಲ ಹಕ್ಕುಗಳಿವೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂತ್ಯಾಜಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದಲೇ ಆರ್‌ಬಿಐ, ಗ್ರಾಹಕರ ಮೂಲ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗೆಗಿನ ಐದು ವಿಶೇಷ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದೆ. ಸಮಸ್ಯೆ ನಿವಾರಣಾ ತತ್ವಗಳಡಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ನಿಯಮಗಳ ಮಾದರಿ ರೂಪಿಸುವಂತೆಯೂ ಭಾರತೀಯ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಸಂಸ್ಥೆ (ಐಬಿ), ಭಾರತೀಯ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕೋಡ್ ಹಾಗೂ ಸ್ಟ್ಯಾಂಡರ್ಸ್ (ಬಿಸಿಎಸ್ ಬಿಐ) ಮಂಡಳಿಗಳಿಗೆ ಆರ್‌ಬಿಐ ಸೂಚಿಸಿದೆ.

ಈ ರೀತಿಯ ಕ್ರಮಗಳು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳ ಒಟ್ಟು ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುತ್ತವೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ, ಆರ್‌ಬಿಐ ನಿರ್ದೇಶಿಸಿದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಉಲ್ಲಂಘಿಸಿದರೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ಆರ್‌ಬಿಐ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು. ಮಾತ್ರವಲ್ಲ; ತಮಗಾದ ತೊಂದರೆಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ವಿವಿಧ ವೇದಿಕೆಗಳಿಗೆ ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಸ್ವತಃ ಬ್ಯಾಂಕಿನ

ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ನಿಯಂತ್ರಣಾಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಹಿಡಿದು ಆರ್‌ಬಿಐ ಮಟ್ಟದ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿವರೆಗೂ (ಓಂಬುಡ್ಸಮನ್) ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವಿಧ ಹಕ್ಕುಗಳು

1. ಸಮಾನ ದೃಷ್ಟಿ

ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡುವವರು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಬ್ಬರೂ ಸೌಜನ್ಯದಿಂದ ವರ್ತಿಸಿ ಪರಸ್ಪರ ಗೌರವ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕುಗಳಿವೆ. ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಉತ್ಪನ್ನ ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವಾಗ ಈ ರೀತಿಯ ಹಕ್ಕುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಲಿಂಗ, ವಯಸ್ಸು, ಧರ್ಮ, ಜಾತಿ ಹಾಗೂ ದೈಹಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಯಾವುದೇ ತಾರತಮ್ಯ ಮಾಡದಂತೆ ತಡೆಯುತ್ತವೆ. ಆದರೂ, ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ವಿವಿಧ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ವಿವಿಧ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಬಡ್ಡಿ ದರ ನಿಗದಿ ಪಡಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತಿವೆ. ವಿಶೇಷ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮೂಹದ ಮೇಲೆ ಇಲ್ಲವೇ, ರಕ್ಷಣೆ ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಆರ್ಥಿಕ ವಹಿವಾಟಿನ ವಿಚಾರವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗಗಳ ಜನತೆ ಹಾಗೂ ಮಹಿಳೆಯರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ತಮ್ಮ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ನಡೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ, ಕೆಲವೊಂದು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ತಾರತಮ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ರೀತಿಯ

* ಕೇಂದ್ರ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ಯೂನಿಯನ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ, ಸ್ಟಾಫ್ ಟ್ರೇನಿಂಗ್ ಸೆಂಟರ್, ಭುವನೇಶ್ವರ-30. E-mail : dibakarlanka1960@gmail.com

ವಿಶೇಷ ಯೋಜನೆಗಳ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿವರಿಸುತ್ತವೆ.

ಅನುಸರಣೆ

* ಬ್ಯಾಂಕು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಸಮಾನ ಹಾಗೂ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸುವುದು.
* ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹಾಗೂ ಅವರ ವ್ಯವಹಾರದೊಂದಿಗೆ ಸೌಜನ್ಯಯುತವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸಲು ಸಿಬ್ಬಂದಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು.
* ಯಾವುದೇ ತಾರತಮ್ಯ-ಭೇದ ಮಾಡದೇ ಎಲ್ಲ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಮಾನವಾಗಿ ಕಾಣುವುದು. * ಸೂಕ್ತ ನಿಯಮಗಳ ಅನ್ವಯವೇ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಭರವಸೆ ಮೂಡಿಸುವುದು.

2. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ, ನ್ಯಾಯಯುತ ಹಾಗೂ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯ ಹಕ್ಕು

ಬ್ಯಾಂಕ್ ದಾಖಲೆಗಳ ಭಾಷೆಯು ಸರಳ ಹಾಗೂ ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿರಬೇಕು ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಣಕಾಸು ನೆರವು ನೀಡುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ಕರಾರು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಒಪ್ಪಂದದ ದಾಖಲೆಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ ಸಹ ತಿಳಿಯುವಂತೆ ಹಾಗೂ ಸಂವಹನ ಮಾಡುವಂತೆಯೂ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆ, ಅದಕ್ಕೆ ಎದುರಾಗುವ ಕಷ್ಟಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಾಳಿಕೆಯ ಅವಧಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ ನಿಯಮ ಹಾಗೂ ಕರಾರುಗಳು, ಗ್ರಾಹಕರು -ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡುವವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿರಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಸ್ಪಷ್ಟ ವ್ಯವಹಾರ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಹಿವಾಟುಗಳಿಗೆ, ಒತ್ತಾಯದ ಕರಾರುಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ನಿರೂಪಣಾ ಉದ್ದೇಶಗಳ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಬಲಿಯಾಗುವಂತೆ ಇರಬಾರದು. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವಹಿವಾಟಿನ ಸಂಬಂಧ ಇರುವವರೆಗೂ ಹಣಕಾಸು ನೆರವು ನೀಡುವವರು ಅವರಿಗೆ ಬೆದರಿಕೆ ಹಾಕುವುದು, ದೈಹಿಕವಾಗಿ ನೋವುಂಟು ಮಾಡುವುದು ಅಥವಾ ಅನ್ಯಾಯವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವುದು ಅಥವಾ ಶೋಷಿಸುವುದನ್ನು ಮಾಡಬಾರದು.



ಅನುಸರಣೆ

* ಪಾರದರ್ಶಕತೆ, ಸಮಾನತೆ ಹಾಗೂ ಏಕತೆಯ ತತ್ವಗಳಡಿ ಬ್ಯಾಂಕು ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಭರವಸೆ ಮೂಡಿಸುವುದು. * ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಸೇವೆಗಳು, ಕರಾರುಗಳು, ಬಡ್ಡಿ ದರ, ದಂಡ ಇತ್ಯಾದಿ ಸರಳ ಹಾಗೂ ಸುಲಭ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕು. * ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಲಾಭ ಹಾಗೂ ಹಾನಿಯನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. * ಬ್ಯಾಂಕ್ ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದರಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ವೆಬ್ ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕು. ಈ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನ ಸೆಳೆಯಲು ದರಪಟ್ಟಿಯ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಶಾಖೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು. * ಬ್ಯಾಂಕಿನ ನಿಯಮ ಹಾಗೂ ಕರಾರುಗಳು ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದರೆ ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ತಿಂಗಳ ಮುನ್ನವೇ ಆ ಬಗ್ಗೆ ಪತ್ರ ಇಲ್ಲವೇ ಖಾತೆಯ ವಿವರ, ಎಸ್‌ಎಂಎಸ್ ಅಥವಾ ಇ-ಮೇಲ್ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಒಪ್ಪಿಗೆಯನ್ನು ಪೂರ್ವಾನ್ವಯವಾಗಿ ಪಡೆಯಲಾಗಿದೆ ಎಂಬಂತೆ ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿಸಬೇಕು. * ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನ ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಅಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕರಾರು-ನಿಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ದಂಡದ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. * ವಿಶ್ರಾಂತ ಜೀವನ ಭದ್ರತೆ, ಬಾಕಿ ವಸೂಲಿ, ಅನುಕಂಪದ ಪರಿಹಾರ, ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ, ಚೆಕ್ ಸಂಗ್ರಹ, ಠೇವಣಿಗಳ ಮೇಲಿನ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು. * ನಿಗದಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸ್ಥಗಿತತೆ, ಕಚೇರಿ ಸ್ಥಳಾಂತರ, ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆ ಬದಲು ಇಲ್ಲವೇ ಸ್ಥಗಿತ, ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಯಾವುದೇ ಶಾಖೆಯ ಬಂದ್ ಇತ್ಯಾದಿ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿಸಬೇಕು. * ಕರಾರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ಪೂರ್ವಾನ್ವಯ ಆಗುವಂತೆ ಸೂಕ್ತ ನೋಟೀಸ್ ನೀಡದೇ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗಿನ

ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬಾರದು. * ಖಾತೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೆರವು ನೀಡುವುದು. * ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದೈಹಿಕವಾಗಿ ನೋವುಂಟು ಮಾಡುವುದು, ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವುದು ಇಲ್ಲವೇ ಏಕಾಏಕಿಯಾಗಿ ಕಿರುಕುಳ ನೀಡುವುದು, ಬೆದರಿಕೆ ಹಾಕುವುದು ಮಾಡಬಾರದು.

3. ಸೂಕ್ತ ಸ್ವರೂಪ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿವೆಯೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯದೇ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಉನ್ನತಾಧಿಕಾರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅವರ ಮೇಲೆ ಹೇರಲು ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ; ತಮ್ಮ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಸ್ಥಿರ ನಗದೀಕರಣವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಹಿರಿಯ ನಾಗರಿಕರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಮೆ ಯೋಜನೆ. ಇದನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲು ಅಂದರೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಲು ಈ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಕಷ್ಟಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಏಕೆಂದರೆ, ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯ ಹಾಗೂ ಅವರ ಹಣಕಾಸು ಸ್ಥಿತಿ ಹಾಗೂ ಅವರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಅನುಸರಣೆ

* ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಮುನ್ನವೇ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಉಪಯುಕ್ತವೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎಂಬುದನ್ನು ಪತ್ತೆ ಹಚ್ಚುವುದು ಒಪ್ಪಿತ ನಿಯಮ ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡುವುದು. * ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ನೀಡುವ ಸೇವೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಅವರ ಹಣಕಾಸಿನ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿವೆ ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆ ಭರವಸೆ ಮೂಡಿಸುವುದು. * ಅಧಿಕೃತತೆ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಮೂರನೇ ಪಾರ್ಟಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು. * ಮೂರನೇ ಪಾರ್ಟಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸಬಾರದು. * ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಹಾಗೂ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಬಗ್ಗೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ತಿಳಿಸಿಕೊಡಬೇಕು.

4. ಖಾಸಗಿತನದ ಹಕ್ಕು

ಹಣಕಾಸು ನೆರವು ನೀಡುವ ಅಥವಾ ಕಾನೂನಿನಡಿ ಅಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಡ್ಡಾಯ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದರೆ (ಉದಾ: ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಇನ್‌ಫಾರ್ಮೇಶನ್ ಕಂಪನಿಗಳು) ಇಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಖಾಸಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಗೌಪ್ಯವಾಗಿರಿಸಬೇಕು. ಖಾಸಗಿತನದ ಮಾಹಿತಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ನೀಡಬೇಕು. ಅವರ ಖಾಸಗಿ ಬದುಕಿಗೆ ಧಕ್ಕೆ ತರಬಹುದಾದ ಎಲ್ಲ ರೀತಿಯ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಇಲ್ಲವೇ ಇತರೆ ಸಂವಹನಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಣೆ ಪಡೆಯುವುದು ಅವರ ಹಕ್ಕು ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಅನುಸರಣೆ

* ಗ್ರಾಹಕರ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯು ಖಾಸಗಿ ಹಾಗೂ ಗೌಪ್ಯವಾಗಿರಿಸಲು ಯೋಗ್ಯ ಎಂಬಂತೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ನಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಆದರೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ, ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಹಾಗೂ ಬ್ಯಾಂಕ್ ವ್ಯವಹಾರದ ಸುಗಮ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಹಾಗೂ ಕಾನೂನು ಪಾಲನೆಯ ಅನಿವಾರ್ಯ ಸ್ಥಿತಿ ಇದ್ದಾಗ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕನೇ ಲಿಖಿತ ದಾಖಲೆ ನೀಡಿದಾಗ, ಖಾಸಗಿ ಮಾಹಿತಿ ಬಹಿರಂಗ ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಬ್ಯಾಂಕಿನೊಂದಿಗೆ ಸುದೀರ್ಘ ಕಾಲ ವಹಿವಾಟು ಹೊಂದಿರದಿದ್ದರೂ ಅಂತಹ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನೂ ಸಹ ಬಹಿರಂಗಗೊಳಿಸಬಾರದು ಎಂಬುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ನಿಯಮ. * ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಖಾಸಗಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಬಳಕೆ ಇಲ್ಲವೇ ವಿನಿಮಯ ಸಲ್ಲದು.

5. ಅನುಕಂಪ ಹಾಗೂ ತೊಂದರೆಗಳ ಪರಿಹಾರದ ಹಕ್ಕು

* ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರನ್ನೇ ಹೊಣೆಯಾಗಿರುವುದು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು. ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದಾಗುವ ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವುದೂ ಅವರ ಹಕ್ಕು. ಮೂರನೇ ಪಾರ್ಶಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಆಗಿರುವ ಹಾನಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ದೊರಕಿಸಿಕೊಡಲು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ

ನೆರವಾಗಬೇಕು. ಪರಿಹಾರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿನ ದೋಷಗಳು, ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿಯ ಕೊರತೆ, ಕಾರ್ಯ ಅಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅಥವಾ ವಿಳಂಬ ಇತ್ಯಾದಿ ಕುರಿತ ಅನ್ವಯಕ್ಕೆ ತಾವು ಕಾರಣವಿರಲಿ, ಇಲ್ಲದಿರಲಿ; ಸಮಗ್ರ ನಿಯಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರು ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಇಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶ ಎದುರಾದಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದಾದ ಕರ್ತವ್ಯ ಹಾಗೂ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಿಯಮಗಳನ್ನೂ ರೂಪಿಸಬೇಕು. ಒಂದು ಸಲ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಮೇಲೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ತಮಗೆ ಸಂಬಂಧವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವಂತಿಲ್ಲ.

ಅನುಸರಣೆ

* ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸಿದ ತಪ್ಪುಗಳಿಗೆ ಅನುಕಂಪಭರಿತ ಹಾಗೂ ತೀವ್ರ ಸ್ವದನೆ ಅಗತ್ಯ. * ತಕ್ಷಣ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು. * ಕಣ್ಣಿಟ್ಟಿನಿಂದ ಅಥವಾ ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯಿಂದ ವಿಧಿಸಿದ್ದ ದಂಡವನ್ನು ರದ್ದುಪಡಿಸುವುದು. * ಗ್ರಾಹಕರ ನೇರ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ನಷ್ಟವಾಗಿದ್ದರೆ ಆ ಹಾನಿಯನ್ನು ತುಂಬಿ ಕೊಡಬೇಕು.

ಇವುಗಳ ಚೊತೆಗೆ, ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು :

* ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪಿನಿಂದಾಗುವ ಹಾನಿಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ರೂಪಿಸಲಾದ ಪರಿಹಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕು. * ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸರಳಗೊಳಿಸಬೇಕು. * ದೂರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾರಿಗೆ ಹಾಗೂ ಹೇಗೆ ದೂರು ನೀಡಬೇಕು? ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಅವಧಿ ಎಷ್ಟು? ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ನೀಡಬೇಕು. * ತೊಂದರೆಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆಯ ಪೂರ್ಣ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಅರ್ಜಿ ವಿಲೇವಾರಿಯ ಕಾಲಾವಧಿಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು. * ಕಾಲಮಿತಿಯಲ್ಲಿ ದೂರುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಸಿಗದಿದ್ದರೆ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿಗೆ ದೂರು ನೀಡುವ ಅವಕಾಶವೂ ಇದೆ ಎಂಬ ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸಬೇಕು. * ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಸೇರಿದಂತೆ ಔಪಚಾರಿಕವಾಗಿ ದೂರು ನೀಡಿದ್ದರೆ ಬಗ್ಗೆ ಮೂರು ದಿನಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕೃತಿ ಪತ್ರ ನೀಡುವುದು.



ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಳುವ ಎಲ್ಲ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಈ 30 ದಿನಗಳ ಅವಧಿ ಬಹು ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದ್ದು, ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಬ್ಯಾಂಕಿನ ದೂರು ನಿವಾರಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ದೂರುಗಳು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವಲಯದ ವ್ಯವಹಾರದ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾದ್ದರಿಂದ, ಇಲ್ಲಿಯೂ ಈ ಅಂಶ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಾಗೂ ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಹಾಗೂ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸೇವೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂದು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ನಂಬುತ್ತವೆ.

ದೂರು ಎಂದರೇನು?

ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನೈಜ ಮೌಲ್ಯ ವಿತರಣೆ ಇಲ್ಲವೇ ಸೇವೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಇರುವ ಅಂತರವೇ ದೂರು ಆಗಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ದೂರು ಎಂದರೆ ಅಸಂತೃಪ್ತಿಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ.

ದೂರು ನೀಡುವ ಅವಕಾಶ

ಗ್ರಾಹಕರ ಅಸಂತೃಪ್ತಿಯ ಮೌನವು ಯಾವುದೇ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಧಕ್ಕೆ ಉಂಟು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಪಡೆಯಲು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ದೂರುಗಳು ನೆರವಾಗುತ್ತವೆ.

ದೂರುಗಳಿಗೆ ಸ್ವದನೆ

* ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಆಲಿಸುವುದು. * ಮಹತ್ವದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು. * ಅನುಕಂಪ ತೋರುವುದು. * ನೆರವಿಗೆ ಧಾವಿಸುವುದು.

* ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅಭಿನಂದಿಸುವುದು * ಏನು ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು.
* ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವುದು.

ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ದೂರು ನಿರ್ವಹಣೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮೌಲ್ಯ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಮುಖ ವಲಯಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

(1) ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ

ವ್ಯಕ್ತಿಯ ದೂರುಗಳ ದಾಖಲೀಕರಣ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳೊಂದಿಗೆ ದೂರುಗಳ ಸ್ವರೂಪದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೀಗೆ ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು.

* ನಿಯಮಗಳ ಉಲ್ಲಂಘನೆ ಕುರಿತ ದೂರುಗಳು. * ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಆಂತರಿಕ ನಿಯಮಗಳು ಹಾಗೂ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಕುರಿತ ದೂರುಗಳು. * ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆ ಕುರಿತ ದೂರುಗಳು

(2) ದೂರುಗಳ ಸ್ವರೂಪದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ದೂರುಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣವಾದ ಮೇಲೆ ಅದರಲ್ಲಿನ ವಿವರಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಹಾಗೂ ಆ ಬಗ್ಗೆ ಸತತ ವರದಿ ನೀಡುವುದು ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸೇವೆಯ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಕಾಣ ಬರುವ ಒಲವುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು; ವಿವರಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಗುರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಅನುಭವ ಹಾಗೂ ನಿಯಂತ್ರಣದ ನಿಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಶೇಷ ನಿಗಾವಹಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಂತರಿಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿ 6 ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಮಂಡಳಿಯ ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ವರದಿ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಉನ್ನತ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ಉತ್ತರದಾಯಿತ್ವ ಹಾಗೂ ಗಮನ ಸೆಳೆದು ದೂರುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಭರವಸೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತವೆ.

(3) ನಿರ್ವಹಣೆ ಕ್ರಮ

ಪ್ರಮುಖ ಸೇವೆಗಳ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಮೊದಲು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸಂವಹನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಾಗೂ



ಸೇವೆ ಬಗ್ಗೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ತರಬೇತಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮದ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

(4) ದೂರು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ

ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಇದ್ದಾಗಲೂ, ಅದು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯುವುದು ಅವಶ್ಯ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಳಸುವ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ, ಯಾವ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಇದರಿಂದ, ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ; ಇರುವ ಉತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗದಿರಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ವರ್ಷಗಳು ಉರುಳಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅನುಭವವು ಬಹಳ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಕಳಕಳಿ ಹಾಗೂ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಿಸಿದಲ್ಲಿ, ಅದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಹಾಗೂ ಅವರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಸೂಚಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲ ತಾಣದಲ್ಲಿ 'ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಧ್ವನಿ' ಕೇಳಬಹುದು.

ಬ್ಯಾಂಕ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಮಾಣ

ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆ (ಬಿಓಎಸ್)ನಡಿ 1999/2000ರಲ್ಲಿ 4,994 ದೂರುಗಳು ದಾಖಲಾಗಿದ್ದರೆ 2015/16ರಲ್ಲಿ 1,02,894ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿವೆ. ಕಳೆದ ವರ್ಷ ಅಂದರೆ 2015/16ರಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ.21 ರಷ್ಟು ದೂರುಗಳ

ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇದು ಈ ಯೋಜನೆ ಆರಂಭ ಆದಾಗಿನಿಂದ ದಾಖಲಾದ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ದೂರುಗಳ ಪ್ರಮಾಣವಾಗಿದೆ. 2016 ಜೂನ್ 30ರವರೆಗೆ 1,01,148 (ಶೇ.95ರಷ್ಟು) ದೂರುಗಳ ವಿಲೇವಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳ ವಿರುದ್ಧವೂ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಆರ್‌ಬಿಐ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿದೆ.

ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ಬದ್ಧವಾಗದ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ವಿವಾದ ಕುರಿತಂತೆ ಉಚಿತ ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೂ ಒಳಗೊಂಡು ದೂರುಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಭಾರತೀಯ ರಿಜರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ (ಆರ್‌ಬಿಐ) ಅನುಮತಿ ನೀಡಿದೆ. ಮೂರನೇ ಪಾರ್ಟಿಯಿಂದ ಜೀವ ವಿಮೆ ಪಾಲಿಸಿಗಳು ಹಾಗೂ ಮ್ಯೂಚುವಲ್ ಫಂಡ್ ನಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಆದ ದೋಷಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ದೂರುಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಲು ಸಹ ಸೆಂಟ್ರಲ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅನುಮತಿ ನೀಡಿದೆ. ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಹಿಂದೆ 10 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿಗಳ ವರೆಗೂ ತೀರ್ಪು ನೀಡುವ ಅಧಿಕಾರ ಇತ್ತು. ಅದನ್ನು ಈಗ 20 ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಳವರೆಗೂ ಹೆಚ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ದೂರು ನೀಡಿದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಕಾಲದ ಅಪವ್ಯಯ, ಮಾಡಿರುವ ವೆಚ್ಚ ಹಾಗೂ ಅನುಭವಿಸಿದ ಮಾನಸಿಕ ಹಿಂಸೆ ವಿರುದ್ಧ ಒಂದು ಲಕ್ಷ ರೂ. ಪರಿಹಾರ ನೀಡಬಹುದು.

ಬ್ಯಾಂಕಿನಲ್ಲಿ ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಬದ್ಧವಿರುವ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆ ನಿವಾರಣಾ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ಭಾರತೀಯ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಸಂಸ್ಥೆ ರೂಪಿಸಿರುವ ಮಾದರಿಯ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಬಿಸಿಎಸ್ ಬಿಐ (ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕೋಡ್ಸ್ ಆಂಡ್ ಸ್ಟ್ಯಾಂಡರ್ಡ್ ಬೋರ್ಡ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ)

ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಈ ನಿಯಮಗಳು ರೂಪುಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ.

ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಮುಖ ವಲಯಗಳು

- 1 ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಆಂತರಿಕ ಆಡಳಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ
(ಎ) ಮಂಡಳಿಯ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವಾ ಸಮಿತಿ. (ಬಿ) ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳ ಸ್ಥಾಯಿ ಸಮಿತಿ. (ಸಿ) ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನೋಡಲ್ ಹಾಗೂ ಇತರೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು. (ಡಿ) ಆಂತರಿಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಿಚಾರಣಾಧಿಕಾರಿ
- 2 ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳ ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುವ ಘಟಕ
- 3 ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಕಡ್ಡಾಯ ಪ್ರದರ್ಶನ
- 4 ದೂರು/ತೊಂದರೆಗಳಿಗೆ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಇರುವ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ
- 5 ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ನಿವಾರಣಾ ಕಾಲಾವಧಿ
- 6 ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಾದ-ಚರ್ಚೆ
- 7 ದೂರುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಸಂವೇದನೆಯನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗೊಳಿಸುವುದು

ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳಿಗಿರುವ ಕಾರಣಗಳು

* ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಮನೋವೃತ್ತಿ. * ಗ್ರಾಹಕರು ಕಾಣುವ ದೋಷಪೂರಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ. * ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಸೇವೆ ಹಾಗೂ ನಿಜವಾದ ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ನಡುವಿನ ಅಂತರ.

ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಇರದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರುಗಳನ್ನು ನೊಂದಾಯಿಸುವ ಹಕ್ಕು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಬ್ಯಾಂಕಿನ ದೋಷಪೂರಿತ ಸೇವೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಗ್ರಾಹಕರು ಲಿಖಿತವಾಗಿ, ಮೌಖಿಕವಾಗಿ, ದೂರವಾಣಿ, ಇ-ಮೇಲ್, ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್, ಬ್ಯಾಂಕಿನ ವೆಬ್ ಸೈಟ್ ಅಥವಾ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸ್ಥಾಪಿಸಿದ ಇತರೆ ಯಾವುದೇ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ದೂರು ಕೊಡಬಹುದು. ನಿಗದಿತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ

ಕೋಷ್ಟಕ-1 ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಓಬಿಓಎಸ್‌ನೋಟ			
ವಿವರ	2013-14	2014-15	2015-16
ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷದ ದೂರುಗಳ ಮುಂದುವರಿಕೆ	5470	3307	3778
ದೂರುಗಳ ಸ್ವೀಕಾರ	76,573	85,131	1,02,894
ದೂರುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಒಟ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆ	82,052	88,438	1,66,672
ದೂರುಗಳ ವಿಲೇವಾರಿ	78,745	84,660	1,01,148
ವರ್ಷಾಂತರದಲ್ಲಿ ಬಾಕಿ ಉಳಿದ ದೂರುಗಳು	ಶೇ. 4	ಶೇ. 4	ಶೇ. 5
(ಮೂಲ: ಆರ್ ಬಿಐ)			

ದೂರುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಸಿಗದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನೀಡಿರುವ ಪರಿಹಾರವು ತೃಪ್ತಿ ನೀಡದಿದ್ದರೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಇಲ್ಲವೇ ತೊಂದರೆಗೆ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕಾನೂನಿನ ಮೊರೆ ಹೋಗಬಹುದು.

ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಜನಧನ ಯೋಜನೆ (ಪಿಎಂಜೆಡಿವೈ)ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ

ಪಿಎಂಜೆಡಿವೈ ಅಡಿ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ದೂರುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ

- (ಎ) ಸಾಮಾನ್ಯ ಉಳಿತಾಯ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆ (ಬೇಸಿಕ್ ಸೇವಿಂಗ್ಸ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಡಿಪಾಸಿಟ್ ಅಕೌಂಟ್/ಬಿಎಸ್ ಬಿಡಿಎ) ತೆರೆಯಲು ನಿರಾಕರಿಸಿದರೆ ಅಥವಾ ಕೆವೈಸಿ (ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ) ದಾಖಲೆಗಳ ಅಗತ್ಯವಿರದ ಬಿಎಸ್ ಬಿಡಿಎಸ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯಲು ನಿರಾಕರಿಸಿದರೆ
 - (ಬಿ) ರುಪೆಕಾರ್ಡ್ ದೊರೆಯದೇ ಇದ್ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ
 - (ಸಿ) ಎಟಿಎಂಗಳಲ್ಲಿ ರುಪೆ ಕಾರ್ಡ್ ಕಾರ್ಯರಂಭ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ
 - (ಡಿ) ಅಪಘಾತ ವಿಮೆ ಪ್ರಕರಣದ ವಿಲೇವಾರಿ ವಿಳಂಬ
- ಹೀಗೆ ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಜನಧನ ಯೋಜನೆಯ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ತೊಂದರೆಗಳ ನಿವಾರಣೆಗೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಪರಿಹಾರ ನಿರ್ವಹಣಾ ವಿಭಾಗ ತೆರೆಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಆರ್‌ಟಿಜಿಎಸ್/ಎನ್‌ಇಎಫ್‌ಟಿಗಳಡಿ ತಪ್ಪಾಗಿ ಹಣ ಠೇವಣಿ ಜಮಾ ಆದರೆ

ನೈಜ ಫಲಾನುಭವಿಗಳ ಖಾತೆ ಸಿಗದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಸ್ಥಗಿತಗೊಂಡಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಇತ್ಯಾದಿ ಯಾವುದೇ ಕಾರಣದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹಣ ಜಮಾ ಆಗದಿದ್ದರೆ, ಅಂದೇ, ಮೂಲ ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ಜಮಾ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ತಪ್ಪಿನಿಂದಾಗಿ ಇಲ್ಲವೇ ಖಾತೆ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ನಮೂದಿಸಿದ್ದರೆ, ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಗಮನಕ್ಕೆ ತಂದು, ಹಣವನ್ನು ಮೂಲ ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಮರಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗುವ ಇಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರೇ ನೇರ ಹೊಣೆಗಾರರು. ಆರ್‌ಟಿಜಿಎಸ್/ಎನ್‌ಇಎಫ್‌ಟಿ ವಿಭಾಗಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಶಾಖೆಯಲ್ಲಿ ದಾಖಲಾದ ಇಂತಹ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವುದು ಬ್ಯಾಂಕ್ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರದ್ದೇ ಜವಾಬ್ದಾರಿ.

ಸಮಾರೋಪ

ಯಾವುದೇ ಸೇವಾ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರೇ ಪ್ರಮುಖರು. ದೂರುಗಳ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ದೂರು ನಿರ್ವಹಣಾ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳು, ದೂರುಗಳ ಯುಕ್ತಾಯುಕ್ತತೆ, ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳು, ಸಂಸ್ಥೆಯ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಯ ಗೆಲುವೇ ಬ್ಯಾಂಕ್ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪನೆಯ ಮೂಲ ಮಂತ್ರ. □



ಭಾರತದ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ

ಚಲನ ಚಿತ್ರೋತ್ಸವ - 2017



ಉದ್ಘಾಟನಾ ಸಮಾರಂಭದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ



ಚಿತ್ರೋತ್ಸವಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದ
ನಟ ಶ್ರೀ ಶಾರೂಖ್ ಖಾನ್ ಚಿತ್ರರಂಗದ ಗಣ್ಯರೊಂದಿಗೆ



ಮೇರು ನಟ ಶ್ರೀ ಅಮಿತಾಬ್ ಬಚ್ಚನ್ ಅವರಿಗೆ ಭಾರತೀಯ ಚಲನಚಿತ್ರ ವ್ಯಕ್ತಿ ವಾರ್ಷಿಕ ಪ್ರಶಸ್ತಿಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ಸಮಾಚಾರ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಖಾತೆ ಸಚಿವೆ ಶ್ರೀಮತಿ ಸ್ಮೃತಿ ಇರಾಣಿ ಅವರು ಪ್ರದಾನ ಮಾಡಿದರು.



ತಾರೆ ಶ್ರೀಮತಿ ಪಾರ್ವತಿ ಮೆನನ್‌ಗೆ ಉತ್ತಮ ನಟಿ ಪ್ರಶಸ್ತಿ



ಸಮಾರೋಪ ಸಮಾರಂಭ

ಸಂವಿಧಾನ ದಿನಾಚರಣೆ



ರಾಷ್ಟ್ರಪತಿ ಶ್ರೀ ರಾಮ್ ನಾಥ್ ಕೋವಿಂದ ಅವರು ಸುಪ್ರಿಂಕೋರ್ಟ್ ಹೊರತಂದ ದ ಕಾನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಶನ್ ಆ್ಯಟ್ 67 ಪುಸ್ತಕದ ಮೊದಲ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಭಾರತದ ವರಿಷ್ಠ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶ ನ್ಯಾಯಮೂರ್ತಿ ಶ್ರೀ ದೀಪಕ್ ಮಿಸ್ರ ಅವರಿಂದ ಪಡೆದರು.

ಭಾರತದ ಸಂವಿಧಾನವು ಸ್ಥಾಯಿ ರೂಪದಲ್ಲಿರದ ಪ್ರಚ್ಛನ್ನ ದಾಖಲೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ರಾಷ್ಟ್ರಪತಿ ಶ್ರೀ ರಾಮ್ ನಾಥ್ ಕೋವಿಂದ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಸುಪ್ರಿಂಕೋರ್ಟ್, ಸಂವಿಧಾನ ದಿನದ ಅಂಗವಾಗಿ ದೆಹಲಿಯಲ್ಲಿ ಏರ್ಪಡಿಸಿದ್ದ ಉದ್ಘಾಟನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡು ಅವರು ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರು.

ಸಂವಿಧಾನವನ್ನು 1949ರ ನವೆಂಬರ್ 26 ರಂದು ಅಂಗೀಕರಿಸಿದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ

ಡಾ. ಅಂಬೇಡ್ಕರ್ ಅವರ 125ನೇ ಜಯಂತಿ ಸಂದರ್ಭದಿಂದ (2015 ರಿಂದ) ಸಂವಿಧಾನ ದಿನವನ್ನು ಆಚರಿಸಿಕೊಂಡು ಬರಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

1979 ರಿಂದ ಸುಪ್ರಿಂಕೋರ್ಟ್ ಈ ದಿನವನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನು ದಿನವನ್ನಾಗಿ ಆಚರಿಸಿಕೊಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರತಿವರ್ಷ ನ್ಯಾಯವೇತ್ತರಿಂದ ಉಪನ್ಯಾಸವನ್ನು ನಡೆಸಿಕೊಂಡು ಬರಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಬಾರಿ ಸುಪ್ರಿಂ ಕೋರ್ಟ್, ದ ಕಾನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಶನ್ ಆ್ಯಟ್ 67 ಮತ್ತು ಇಂಡಿಯನ್ ಜ್ಯುಡಿಸಿಯಲ್,

ಆನುವಲ್ ರಿಪೋರ್ಟ್ 2016-17 ಹೊರತಂದಿರುವುದು ಸಂತಸದ ಸಂಗತಿ ಎಂದರು.

ನಂಬಿಕೆ, ಪರಸ್ಪರ ವಿಶ್ವಾಸ, ಸಾಂವಿಧಾನಿಕ ಆಡಳಿತ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಗತವಾಗಿದೆ. ಇದು ಕೇಂದ್ರ-ರಾಜ್ಯಗಳ ಸಹಕಾರಿ ಒಕ್ಕೂಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗಿದೆ. ಸಂವಿಧಾನ ಜನರನ್ನು ಸಶಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ; ಜನರು ಸಂವಿಧಾನವನ್ನು ಸಶಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ರಾಷ್ಟ್ರಪತಿಗಳು ಹೇಳಿದರು. □

ಸಂಜೆ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಲಹೆ

ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹೋರಾಟಗಾರರ ಕನಸು ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನನಸಾಗಲು ಎಲ್ಲಾ ಸಾಂವಿಧಾನಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಶ್ರೀ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಕರೆ ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಭಾರತ ಯುವ ರಾಷ್ಟ್ರವಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಅದರ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಬದುಕನ್ನು ಹಸನಾಗಿರುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ನವ ಭಾರತ ನಿರ್ಮಾಣದತ್ತ ಒಟ್ಟಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸಬೇಕೆಂದು ಅವರು ಹೇಳಿದರು. ಸಂವಿಧಾನ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾನೂನು ದಿನಾಚರಣೆಯ ಸಮಾರೋಪ ಸಮಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡು ಮಾತನಾಡಿದ ಅವರು, ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಒಂದನ್ನೊಂದು ಸಬಲಗೊಳಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಹೇಳಿದರು. ಭಾರತದ ಸಂವಿಧಾನ ಕೇವಲ ಕಾನೂನು ಪುಸ್ತಕವಾಗಿರದೆ ಅದೊಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ದಾಖಲೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಅವರು ಹೇಳಿದರು. ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ದಾಟಿ ಬಂದಿರುವ ಅದು ತನ್ನ ವಿರುದ್ಧದ ಟೀಕೆಗಳು ತಪ್ಪು ಎಂದು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿದೆ



ಎಂದರು. ಸಂವಿಧಾನ ರೋಮಾಂಚಕ, ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಉತ್ತರದಾಯಿತ್ವ ಹಾಗೂ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವುಳ್ಳದ್ದಾಗಿದೆ ಎಂದು ಪ್ರಧಾನಿ ತಿಳಿಸಿದರು. ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ನೆನೆಗುದಿಗೆ ಬಿದ್ದಿರುವ ಅಪಾರ ಸಂಖ್ಯೆಯ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಿದ ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿಯವರು ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು, ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಸಂಜೆ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸಲಹೆ ನೀಡಿದರು.

ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡಿದ ಕಾನೂನು ಸಚಿವ ಶ್ರೀ ರವಿಶಂಕರ್ ಪ್ರಸಾದ್, ಉನ್ನತ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ನ್ಯಾಯಾಧೀಶರನ್ನು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡುವ ಕೊಲಿಜಿಯಂ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ಗೌರವಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದರು. ಭಾರತದ ಮುಖ್ಯ ನ್ಯಾಯಮೂರ್ತಿ ಶ್ರೀ ದೀಪಕ್ ಮಿಸ್ರ ಸಂವಿಧಾನದ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಗಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಗೌರವದಿಂದ ವರ್ತಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಹೇಳಿದರು.

ಸಂವಿಧಾನ ಪೀಠಿಕೆ ಫಲಕ ಅನಾವರಣ



ದೇಶದ ಎಲ್ಲ ಪ್ರಜೆಗಳಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ನ್ಯಾಯವು ಉಲ್ಲೇಖವಾಗಿದೆ ಎಂದರು. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ, ನಂಬಿಕೆ, ಧರ್ಮ ಮತ್ತು ಉಪಾಸನೆಯ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ, ಸಂವಿಧಾನವನ್ನು ನಮಗೆ ನಾವೇ ಅರ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು ಅಂಗೀಕರಿಸಿ ಶಾಸನವಾಗಿ ವಿಧಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ. ಇಂದು ಸಂವಿಧಾನದ ಪಠಣ ಮಾಡಿ ನಮ್ಮನ್ನು ನಾವು ಅರ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ದಿನ. ಸಂವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ನ್ಯಾಯ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ ತತ್ವಗಳನ್ನು ದೇಶದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನಾಗರಿಕನು ಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದರು.

ಮೈಸೂರಿನಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ನಾಡೀತನ ಹಬ್ಬ

ಮೈಸೂರಿನ ಮಹಾರಾಜ ಕಾಲೇಜು ಮೈದಾನದಲ್ಲಿ 83ನೇ ಅಖಿಲ ಭಾರತ ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮ್ಮೇಳನ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ನಡೆಯಿತು. ಮುಖ್ಯ ಮಂತ್ರಿ ಶ್ರೀ ಸಿದ್ದರಾಮಯ್ಯ ಸಮ್ಮೇಳನವನ್ನು ಉದ್ಘಾಟಿಸಿ ಮಾತನಾಡಿ, “ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ, ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಎಲ್ಲವೂ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ವಿಭಿನ್ನ ಮುಖಗಳು; ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ರೂಪುಗೊಳ್ಳುವುದೇ ಮುಕ್ತವಾದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಮೂಲಕ” ಎಂದರು. “ಕರ್ನಾಟಕ ಲೋಕಸೇವಾ ಆಯೋಗದ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಮಾಧ್ಯಮದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಶೇಕಡಾ 5 ರಷ್ಟು ಮೀಸಲಾತಿ, ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿಯೂ, ಸಿ ಮತ್ತು ಡಿ ವರ್ಗದ ನೌಕರರ ನೇಮಕಾತಿಯಲ್ಲಿ, ಕನ್ನಡಿಗರಿಗೆ



ಉದ್ಘಾಟನಾ ಸಮಾರಂಭ

ನೂರಕ್ಕೆ ನೂರರಷ್ಟು ಉದ್ಯೋಗ ಮೀಸಲಾತಿ, ಸಿ.ಬಿ.ಎಸ್.ಇ, ಐ.ಸಿ.ಎಸ್.ಇ ಶಾಲೆಗಳೂ ಸೇರಿದಂತೆ, ಎಲ್ಲಾ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ, ಒಂದನೇ ತರಗತಿಯಿಂದಲೇ, ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ

ಕಲಿಕೆ ಕಡ್ಡಾಯಗೊಳಿಸುವ ಭಾಷಾ ನೀತಿ ಜಾರಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ನೇಮಕಾತಿ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿಯೇ ನಡೆಸಲು ಕ್ರಮ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಕೃತ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ಷೆಡ್ಯೂಲ್ಡ್ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಕನ್ನಡ ಕಲಿಯುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಿ, ಈಗಾಗಲೇ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಸುತ್ತೋಲೆ ಹೊರಡಿಸಲಾಗಿದೆ; ಇದು ಸರ್ಕಾರ ಕೈಗೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಕನ್ನಡ ಪರ ನಿರ್ಧಾರಗಳು” ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದರು.



ಸಮ್ಮೇಳನದಲ್ಲಿ ಗಣ್ಯರು

ಸಮ್ಮೇಳನದ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಶ್ರೀ ಚಂದ್ರಶೇಖರ್ ಪಾಟೀಲ್ ಮಾತನಾಡಿ, “ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಗೆ ಪುಷ್ಟಿ ನೀಡುವುದೇ, ಸಮ್ಮೇಳನದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ; ಕನ್ನಡವನ್ನು ಉಳಿಸಿದರೆ, ಅದು ನಮ್ಮನ್ನು ಉಳಿಸುತ್ತದೆ” ಎಂದರು. □

ಗ್ರಾಮೀಣ ಬಳಕೆದಾರರ ಅರಿವು



* ರಾಹುಲ್ ಸಿಂಗ್

ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು
ತಲುಪಬೇಕಾದಲ್ಲಿ
ಪಂಚಾಯತ್ ರಾಜ್‌ಗಳ
ನೆರವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು.
ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ
ನಕಲಿ ಮತ್ತು
ಕಲಬೆರಕೆ ನಷ್ಟಗಳ
ಮಾರಾಟವನ್ನು
ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಕೂಡ
ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನೆರವು ಬೇಕು.
ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು
ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆಯಲ್ಲಿ
ಅರ್ಥಶಾಖಾ ಸಾತ್ರವನ್ನು
ವಹಿಸುತ್ತವೆ.
ಇದನ್ನು
ಕಾನೂನು ರೂಪಕರು
ಶೂ
ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಭಾರತದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಆದ್ಯತೆಗಳು ವೇಗವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿವೆ. ಆರ್ಥಿಕ, ಮನೋವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಹಾಗೂ ತಾಂತ್ರಿಕ ಮೊದಲಾದ ಅಂಶಗಳು ಈ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಆದಾಯವು ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರಲ್ಲಿ ಹಲವರು ತಮ್ಮ ಬದುಕನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುವಂತಹ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆರ್ಥಿಕ ವರ್ಷ 10 ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ವರ್ಷ 12ರ ನಡುವೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರು ಖರ್ಚುಮಾಡುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತವು ಸರಾಸರಿ ಶೇ.17ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇದು ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿಂತ ಶೇ.12ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚು. ವೆಚ್ಚ ಮಾಡಲೆಂದೇ ಆದಾಯವು ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ಇದು ಕೊಳ್ಳುವ ಅಭಿಲಾಷೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಕೊಳ್ಳುವ ಆದ್ಯತೆಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ತಂದಿದೆ. ಆಹಾರೇತರ ಪದಾರ್ಥಗಳಿಗಾಗಿ ಖರ್ಚು ಮಾಡುವುದು ಆರ್ಥಿಕ ವರ್ಷ 2005ರಲ್ಲಿ ಶೇ.40ರಷ್ಟು ಇದ್ದದ್ದು ಆರ್ಥಿಕ ವರ್ಷ 12ರಲ್ಲಿ ಶೇ.50ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಅರಿವಿನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದ್ದು ಗ್ರಾಹಕರ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಮನೋಭಾವದಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು, ಸಮಾಜೀ ಆರ್ಥಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ಇತ್ತೀಚಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ತಂದಿವೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರು ಏನನ್ನು, ಎಲ್ಲಿಂದ ಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದರಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿದೆ.

ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ.70ರಷ್ಟು ಮಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. ಅಂದರೆ ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಧದಷ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲೇ ಖರ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ನಗರೀಕರಣ, ವಲಸೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದರೂ 2025ರ ವೇಳೆಗೂ ಭಾರತದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ.63ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗಗಳಲ್ಲೇ ವಾಸಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ನೋಡಿದಾಗ ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪಾಲು ಶೇ. 48ರಷ್ಟು, 2020ರ ವೇಳೆಗೆ ಇದು \$500 ಬಿಲಿಯನ್‌ರಷ್ಟಾಗುವಷ್ಟು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಜಾಗತೀಕರಣ, ಉದಾರೀಕರಣ, ಖಾಸಗೀಕರಣಗಳು ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನುಂಟುಮಾಡಿವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ವಿನ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ವಿಭಿನ್ನ ಬಗೆಯ ವಸ್ತುಗಳು, ಸೇವೆಗಳು ಪ್ರವಾಹೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ನುಗ್ಗಿಬರುತ್ತಿವೆ. ಈ ಮೊದಲು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳವರು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಈಗ ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಅಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶಗಳಿರುವುದನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ವೆಚ್ಚ ಮಾಡುವ ಮಂದಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು

* ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಲಹಾಕಾರರು. E-mail : singh.rahul8@gmail.com

ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಿವೆ. ಭಾರತದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ಮಂದಿ ಬಡತನ ರೇಖೆಗಿಂತ ಕೆಳಗೆ ಬದುಕುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲಿ ನಿರುದ್ಯೋಗದ ಪ್ರಮಾಣವೂ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು, ಅನಕ್ಷರತೆ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕ ಅರಿವಿನ ಕೊರತೆಯೂ ಇದೆ.



ಇಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಭಾರತವು ಗ್ರಾಹಕರ ಸುರಕ್ಷತೆಗಾಗಿ ಹಲವು ಸುರಕ್ಷತಾ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರು ಅಗತ್ಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಅಡಗಿಸಿ ಕಾಳದಂಧೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದ್ದಾರೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮೋಸ ಮಾಡುತ್ತಾ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಭ್ರಷ್ಟಾಚಾರವನ್ನೆಸಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಳಪೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವಸ್ತುಗಳು, ನಕಲಿ ವಸ್ತುಗಳ ಹಾವಳಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಪಾರದ ವಸ್ತುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪರೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸುವುದಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ ಇವುಗಳಿಂದಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಸೇವಾ ವಲಯಗಳ ವಿಸ್ತರಣೆಗೆ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿಸಿವೆ. ವಿಮೆ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ವಿದ್ಯುತ್, ಆರೋಗ್ಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿದ್ದು ಈ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ನಕಲಿ ಔಷಧಿಗಳು ಆರೋಗ್ಯ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬಲಿಯಾಗುತ್ತಿರುವವರು ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರು ಅದರಲ್ಲೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರು, ಮಕ್ಕಳು ಮತ್ತು ರೈತರು. ರೈತರಿಗೆ ಕಳಪೆ ಮಟ್ಟದ ಬೀಜಗಳು, ವಿಷಕಾರಿ ಕೀಟನಾಶಕಗಳು ಮೊದಲಾದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಡವ ಸಂಗತಿ.

ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಿಸ್ತರಣೆಯು ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಚೋದನಾಕಾರಿ ಆದಂತಹ ಗ್ರಾಹಕೀಕರಣವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಶಕ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಣಬರಹವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಬಿಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎನ್ನುವುದು ಒಪ್ಪಿತವಾದ ಸಂಗತಿ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಮಾಡುವ ಸಲುವಾಗಿ ಹಲವು ಕಾನೂನಾತ್ಮಕ

ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದುದು 24ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್ 1986ರಂದು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾದ ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಕಾಪಾಡುವುದರೊಂದಿಗೆ ಅವರಿಗೆ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಬಗೆಯ ಕಾಯ್ದೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇದೇ ಮೊದಲನೆಯದು. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸಲು ನೆರವು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಉತ್ಪಾದಕರು, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹಾಗೂ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಲು ಹಾಗೂ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪರಿಹಾರ ಸೂಚಿಸಲು ಈ ಕಾಯ್ದೆ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. 'ಗ್ರಾಹಕರೇ ಎಚ್ಚರ' ಎನ್ನುವುದು ಇದರ ಘೋಷಣಾ ವಾಕ್ಯ.

ಈ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅನ್ವಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಮಂಡಳಿಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರ, ರಾಜ್ಯ ಹಾಗೂ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು. ಅಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಆಲಿಸಿ ನ್ಯಾಯ ಸಿಗುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿಯೇ ಬೇರೆ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಪ್ರತಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲೂ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಣ್ಣಮೊತ್ತದ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಕಟ್ಟಿ ತಮ್ಮ ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು. ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ನೇಮಕಗೊಂಡಿರುವ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೇ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಎರಡರ ಬಗ್ಗೆಯೂ ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ದೂರು ಮಂಡಳಿ ಮತ್ತು

ರಾಷ್ಟ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ದೂರು ಮಂಡಳಿ ಎರಡರಕ್ಕೂ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಈ ಎರಡೂ ಮಂಡಳಿಗಳಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವು ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಹಾಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಜನಸ್ನೇಹಿಯಾಗಿದೆ. ಇದು ಭಾರತೀಯ ಒಪ್ಪಂದ ಕಾಯ್ದೆ 1872ರ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದು ಎರಡೂ ಕಡೆಯವರೂ ಕಾನೂನು ಬದ್ಧವಾಗಿ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕೊಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಒಂದು ಪಕ್ಷದವರು ಮತ್ತೊಂದು ಪಕ್ಷದವರಿಗೆ ಮಾಡಿದ ಈ ವಾಗ್ದಾನವನ್ನು ಮುರಿದಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೇನು ಪರಿಹಾರ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವ ಅಗತ್ಯತೆ

ಇಂದು ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅಗತ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ವ್ಯವಹರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಅವರು ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸಂಕೀರ್ಣ ವಸ್ತು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ನಡುವೆ ನಿಂತಿದ್ದಾರೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಅವರು ಹೆಚ್ಚೆಚ್ಚು ವಂಚನೆಗೊಳಗಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತ ಅವರಿಗೆ ಅರಿವು ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯದ ಅಗತ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ವೆಲ್ ಮತ್ತು ಅಥೆರ್ಟನ್ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಹೀಗೆ ವಿವರಿಸುತ್ತಾರೆ : "ಕೌಶಲ್ಯ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಗ್ರಾಹಕ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯ. ಇದರಿಂದ ಇಂದಿನ ಸಂಕೀರ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿರುವ ಅವಕಾಶಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ರೂಪುರೇಷೆಗಳು

1986ರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿಯು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆದಿದೆ. ಕಾನೂನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೆಲವು ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಆದರೆ ಅವುಗಳ ಸಮರ್ಪಕ ಬಳಕೆ ಹಾಗೂ ಅನುಷ್ಠಾನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಈ ಕಾನೂನಿನ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವಿದ್ದಾಗ ಮಾತ್ರ ಆಗುವಂಥದ್ದು. ಈ ಸಮಸ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ. ಸುಶಿಕ್ಷಿತ, ಜಾಗೃತ ವ್ಯಕ್ತಿ ಸಮರ್ಥ ಗ್ರಾಹಕ.

ಶಿಕ್ಷಣವು ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು, ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಲು, ಸೂಕ್ತ ನೆರವು ಪಡೆಯಲು/ನೀಡಲು ಸಮರ್ಥನನ್ನಾಗಿಸುತ್ತದೆ.

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆನ್ವಯಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಶೋಧನಾ ಆಯೋಗದ ಸಂಶೋಧನಾ ವರದಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ದರಗಳು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇದು ಮುಂದಿನ ದಶಕದವರೆಗೂ ಹೀಗೆ ಮುಂದುವರೆಯಲಿದೆ. ಭಾರತದ 62.97 ಮಿಲಿಯನ್ ಮನೆಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯವು 5 ಲಕ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ 28.68 ಮಿಲಿಯನ್ ಮನೆಗಳು (46%) ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿವೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನಗರಕ್ಕಿಂತ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗವು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಾಗುವ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚವು ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಬಳಕೆಯ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ 60%ನಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿ ಕಂಪನಿಗಳವರು ತಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಲು ಯತ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಸಾಮಾಜಿಕ, ಕಾನೂನಾತ್ಮಕ ಮತ್ತಿತರ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಶಿಕ್ಷಿತರಾಗಿಸಬೇಕು. ತಮ್ಮ ಹಣಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಅವರು ಪಡೆಯಲು ಅಗತ್ಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಮಾರಾಟಗಾರರು, ಪಾಲುದಾರರು ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತಿತರ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನವರನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

- * ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು, ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಕಂಪನಿಗಳು.
- * ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು.
- * ಶಿಕ್ಷಕರ ಸಂಘಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಶಿಕ್ಷಕರು, ತರಬೇತುದಾರರು.



* ಕುಟುಂಬ ಮತ್ತು ಪೋಷಕ ಸಂಘಸಂಸ್ಥೆಗಳು.

ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿಟ್ಟು ಗುಂಪುಗಳು ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗಿದ್ದು ಬಳಕೆದಾರರ ವರ್ತನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಎಚ್ಚರ ಮತ್ತು ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕವಾಗಿರಬೇಕಾದದ್ದನ್ನು ಕುರಿತು ಗಮನಹರಿಸುತ್ತದೆ.

ಹಾದಿತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾತ್ರ

ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮಾಜದ ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗಗಳು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರೊಡನೆ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಫಲವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರು ಕೂಡ ಹಲ ಬಗೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ನೋಡುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಹೊಸ ವಸ್ತುಗಳ ಪರಿಚಯಕ್ಕೆ ಜಾಹಿರಾತು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಮೂಲವಾಗಿದೆ.

ಹಲವು ಮಂದಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಮುದ್ರಣ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿರುವ ಹಾದಿತಪ್ಪಿಸುವಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ವರ್ತನೆಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸುತ್ತ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಿ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವತ್ತ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿವೆ. ದೇಶದ ಬಹುತೇಕ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಹೊಸ ವಸ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಜನಗಳು ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುವುದು ಕೇಬಲ್ ಮತ್ತು ಉಪಗ್ರಹ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಿಂದ. ಇವು ಜಗತ್ತನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯ ಮನುಷ್ಯನ ಬೆರಳತುದಿಯಲ್ಲಿ ಜಗತ್ತು ನಿಲುಕುವಂತೆ ಮಾಡಿದೆ.

ಹಾದಿತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಕ್ರಮಗಳಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಬಡ, ಅಶಿಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇದರಿಂದ ತೊಂದರೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಶ್ವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವರದಿಯ ಪ್ರಕಾರ “ಅಭಿವೃದ್ಧಿಶೀಲ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಆ ದೇಶಗಳ ಬಡ ಜನ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಅವರು ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ಉಳಿಯಲು, ಬೆಳೆಯಲು ನಡೆಸುವ ಹೋರಾಟದಲ್ಲಿ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿರುತ್ತವೆ” ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರು/ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರು ಹಾದಿತಪ್ಪಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಎಚ್ಚರದಿಂದಿದ್ದು ಅವುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಬೇಕು.

ಎಚ್ಚರ ಗ್ರಾಹಕರೇ ಎಚ್ಚರ ಎನ್ನುವುದು ಗ್ರಾಹಕರೊಡನೆ ಸಂವಹಿಸುವ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಸಂದೇಶ. ಅದೇನೆ ಇದ್ದರೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರು/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಡನೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಸಂವಹಿಸಲು ಇನ್ನಷ್ಟು ಕ್ರಮಗಳು ಬೇಕು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಆಸೆಗಳು, ಭಯಗಳು ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಟಿವಿಯ ಮೂಲೆಮೂಲೆಗೂ ತಲುಪುತ್ತದೆಯಾದರೂ ವಿದ್ಯುತ್ ಕಡಿತದಿಂದಾಗಿ ಅವುಗಳ ವೀಕ್ಷಣೆ ಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾದ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ.

ಎಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಿಯಂತ್ರಕಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ, 1986 ಅನ್ವಯ/ ಅಕ್ರಮ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸಮಗ್ರ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ಈ ಕುರಿತು ಕೆಲವು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಆದರೆ ಎಂಆರ್‌ಟಿಪಿಸಿಯಂತೆ ಈ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳು ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ತನಿಖೆ ನಡೆಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನಾಗಲಿ ಅಧಿಕಾರವನ್ನಾಗಲಿ ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಒಖಅಖ ಕೂಡ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಿಯಂತ್ರಕವಲ್ಲ. ಈಗ ಎಂಆರ್‌ಟಿಪಿಸಿ ಕೂಡ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು

ಕಲಬೆರಕೆ ನಿಯಂತ್ರಣ

ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರವು 1986ರಲ್ಲಿ ಆಹಾರ ಕಲಬೆರಕೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾಯ್ದೆಗೆ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತಂದಿತು. ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಆಹಾರ ಇನ್‌ಸೆಕ್ಟರ್ ಆಗಿ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಿತು. ಆದರೆ ಪ್ರಜೆಗಳನ್ನು ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವ ಕ್ರಮಗಳು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗದೆ ಇದು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ಬರದೆ ಸೋತಿತು. ಹಾಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಆಹಾರ ನಿಯಂತ್ರಕರ ಮರ್ಜಿಯಲ್ಲಿರುವಂತಾಯಿತು. 1.3

ಬಿಲಿಯನ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂವರ್ಧನೆಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಕರು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ ದೈನಿಕ ಬಳಕೆಯ ಆಹಾರ ವಸ್ತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಕಲಬೆರಕೆಗೊಂಡು ಕಲುಷಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಹಾಲಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು (ಖೋವ, ಬೆಣ್ಣೆ, ತುಪ್ಪ, ಹಾಲಿನ ಸಿಹಿತಿಂಡಿಗಳನ್ನು), ಕಾಳುಗಳು, ಸಾಸಿವೆ ಎಣ್ಣೆ, ಕಡಲೆಕಾಯೆಣ್ಣೆ, ಕೋಳಿ ಮತ್ತು ಮಾಂಸ, ಹಣ್ಣುಗಳು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳು. ಬಿಡಿಯಾಗಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ವಸ್ತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಲಬೆರಕೆ ಹೆಚ್ಚು. ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಆ ಕಂಪೆನಿಗಳವರು ತಮ್ಮ ಹಾಗೂ ತಮ್ಮ ವಸ್ತುವಿನ ಬ್ರಾಂಡ್ ಹೆಸರಿನ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಳಜಿ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಆಹಾರ ಸುರಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳ ಕಾಯ್ದೆಯಲ್ಲಿ ಕಲಬೆರಕೆ ಎನ್ನುವ ಪದ ಕೂಡ ಕಾಣಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಕಾಯ್ದೆಯು ಸುರಕ್ಷಿತ ಆಹಾರ, ಕಡಿಮೆ ದರ್ಜೆ ಹಾಗೂ ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಆಹಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ವಸ್ತು ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಎನ್ನುವುದು ರುಜುವಾತಾಗದೆ ಹೋದರೆ ದಂಡ ಕಟ್ಟಿ ಪಾರಾಗಿಬಿಡಬಹುದು.

ಜಾರಿ ವೈಫಲ್ಯ

ಆಹಾರ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಮಾನದಂಡಗಳ ಕಾಯ್ದೆ ಜಾರಿಯಾದ ನಂತರ ಆಹಾರದ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಬೇರೆಯದೇ ವ್ಯವಸ್ಥೆ



ರೂಪುಗೊಂಡಿತು. ಆದರೆ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿದ್ದ ಹಿಂದಿನ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೇ ಈ ಕ್ರಮಗಳ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರಾದರು. ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳಿಗಾಗಿ ಹೋರಾಡುತ್ತಿರುವವರ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗಿದೆ. 97% ಗ್ರಾಹಕರು ಅಗತ್ಯವಾದ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕರು ಹಣ್ಣು, ತರಕಾರಿಗಳ ತಾಜಾತನ, ಸ್ವಚ್ಛತೆ, ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗಿದೆಯೇ, ಪಕ್ಕಗೊಂಡಿದೆಯೇ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪ್ಯಾಕ್‌ನಲ್ಲಿರುವ/ ಸೀಲಾಗಿರುವ/ ಬಾಟಲು/ ಡಬ್ಬಗಳಲ್ಲಿರುವ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸೀಲು ಮತ್ತು ಅವಧಿಮುಗಿದ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಎಫ್‌ಪಿಓ, ಐಎಸ್‌ಐ ಅಥವಾ ಎಜಿಎಂಎಆರ್‌ಕೆ ಚಿಹ್ನೆಗಳಿವೆಯೇ, ಮುಚ್ಚಳ ಭದ್ರಪಡಿಸಿದೆಯೇ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಹಾನಿಯಾಗಿದೆಯೇ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಮತ್ತು ಐಟಿಯನ್ನು ಬಳಸಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು ಕ್ರಮಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಗ್ರಾಮೀಣ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಅಭಿಯಾನ್/ ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಅಭಿಯಾನ

ಸಂಸತ್ತು ಆರುಕೋಟಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕುಟುಂಬಗಳನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರನ್ನಾಗಿಸುವ ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಅಭಿಯಾನಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಗೆ ನೀಡಿದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆಯಾಗಿರುವ ಮೊತ್ತ

ರೂ.2,351.38 ಕೋಟಿ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಚ್ 2019ರ ವೇಳೆಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಿದೆ.

ಈ ಬಗ್ಗೆ ವಿತ್ತ ಮಂತ್ರಿಗಳು ಕೇಂದ್ರ ಬಜೆಟ್ 2016-17ರಲ್ಲಿ ಘೋಷಿಸಿದರು. ಈ ಯೋಜನೆಯು ವಿಶ್ವದಲ್ಲೇ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಇದರ ಅಂಗವಾಗಿ 2016-17ರ ಆರ್ಥಿಕ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 25 ಲಕ್ಷ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು, ತರಬೇತಿಗೊಳಿಸುವ ಗುರಿ ಇತ್ತು. 2017-18ರಲ್ಲಿ 275 ಲಕ್ಷ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು 2018-19ರಲ್ಲಿ 300 ಲಕ್ಷ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ತರಬೇತಿ ನೀಡಲಾಗುವುದು. ದೇಶದಲ್ಲೆಡೆ ಸಮಾನವಾಗಿ ಇದು ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆ 250,000 ಗ್ರಾಮಪಂಚಾಯ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ತಲಾ 200-300 ಮಂದಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನೊಂದಾಯಿಸಲಾಗುವುದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರಸ್ಥರು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳಾದ ಟ್ಯಾಬ್ಲೆಟ್, ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಲ್ಲರು. ಅಲ್ಲದೆ ಈ-ಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಕಳಿಸಲು, ಓದಲು, ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಕೆ, ಸರ್ಕಾರಿ ಸೇವೆಗಳ ಬಳಕೆ, ಮಾಹಿತಿ ಹುಡುಕಾಟ, ಹಣಮುಕ್ತ ವ್ಯವಹಾರ ಮೊದಲಾದವನ್ನು ಕಲಿಯುತ್ತಾರೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನವು ರಾಜ್ಯ/ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ

ಪ್ರದೇಶಗಳ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಕೇಂದ್ರ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಐಟಿ ಸಚಿವಾಲಯದ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯಲಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯಗಳ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಈ-ಆಡಳಿತ ಸೊಸೈಟಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಕೈಜೋಡಿಸಲಿವೆ. 71ನೇ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾದರಿ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಸಂಘಟನೆಯು 2014ರಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಕುರಿತು ನಡೆಸಿದ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ತಿಳಿದ ಬಂದ ಸಂಗತಿಯೆಂದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕುಟುಂಬಗಳಲ್ಲಿ 6% ಮಂದಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ, 15 ಕೋಟಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಕುಟುಂಬಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಇಲ್ಲ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಕುಟುಂಬಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸೌಕರ್ಯ ಇವೆರಡೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಎನ್ನುವ ನಾಣ್ಯದ ಎರಡು ಮುಖಗಳು. ಇದು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಎರಡನ್ನೂ ಸಾಧಿಸಬೇಕು. ಸರ್ಕಾರದ ನಗದುಮುಕ್ತ ವ್ಯವಹಾರ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸಲು ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನುಗಳು ಮುಖ್ಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಹಣ, ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ಯುಪಿಐ, ಯುಎಸ್‌ಎಸ್‌ಡಿ ಮತ್ತು ಆಧಾರ್ ಕಾರ್ಡ್ ಆಧಾರಿತ ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಪಾವತಿ ವಿಧಾನಗಳ ಕಲಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಚಿವಾಲಯವು ಭಾರತದ 'ಇ - ಅಭಿವೃದ್ಧಿ'ಯ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ನಿಯೋಜಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಜಿಲ್ಲಾ ಇ-ಆಡಳಿತ ಸೊಸೈಟಿಗಳೊಡಗೂಡಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಆಗಸ್ಟ್ 2014ರಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಮಿಷನ್ ಅನ್ನು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವಿಭಾಗದಡಿಯಲ್ಲಿ ಆರಂಭಿಸಿತು. ಇದನ್ನು 2016ರಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಚಿವಾಲಯ ಎಂದು ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನದ ಪಾಲುದಾರರು ನ್ಯಾಸ್‌ಕಾಮ್, ಇಂಟೆಲ್ ಮತ್ತು ಹೆಚ್‌ಪಿ. ಬಡತನ ರೇಖೆಗಿಂತ ಕೆಳಗಿರುವವರು, ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ, ಪಂಗಡಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದವರಿಗೆ ಉಚಿತ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೂ ಉಳಿದವರಿಗೆ ಅತ್ಯಲ್ಪ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಡೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.



ಇದರ ಉದ್ದೇಶ ಪ್ರತಿ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರನ್ನಾದರೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರನನ್ನಾಗಿಸಬೇಕೆಂಬುದು. ಮೊದಲಿಗೆ 5.25 ಮಿಲಿಯನ್ ಜನರನ್ನಾದರೂ ತಲುಪುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ತಳಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಸರ್ಕಾರಿ ನೌಕರರು ಅಂದರೆ ಅಂಗನವಾಡಿ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು (ತಾಯಿ - ಮಗುವಿನ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಮುದಾಯದ ಆರೋಗ್ಯ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರು), ರೇಷನ್ ಅಂಗಡಿಯವರು (ಆಹಾರ ಕಾಳುಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ವಿತರಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ) ಇವರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಎನ್‌ಡಿಎಲ್‌ಎಂ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಪ್ರಕಾರ ಆರಂಭಿಕ ಗುರಿಯನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ತಲುಪಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ 10 ಮಿಲಿಯನ್ ನೊಂದಣಿಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಅದರಲ್ಲಿ 8.27 ಮಿಲಿಯನ್ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು ಮತ್ತು 5.4 ಮಿಲಿಯನ್ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಟ್ ಪಡೆದ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು. ಈ ಹೊಸ ಯೋಜನೆಯು ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ತರಲಿದೆ. ಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಭಿನ್ನರೀತಿಯಲ್ಲಿವೆ. ಇವು ನಗರ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನ. ಗ್ರಾಮೀಣಗ್ರಾಹಕರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು, ಸೇವೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು. ಹಾಗೂ ಅವರಲ್ಲಿ ವಸ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅವರು ಕೊಳ್ಳುವ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ವಹಿಸಬೇಕಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ಕಾನೂನುಗಳು, ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಆಲಿಸಿ ನ್ಯಾಯ ಸಲ್ಲಿಸಲು ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಿವೆ. ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇವುಗಳ ಅರಿವಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು

ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಸಮಾಜೋಪಾರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಅವುಗಳು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕರು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮೋಸ ಹೋದಾಗ ತಮ್ಮ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸೋಲುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತಿತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಯು ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಇಲ್ಲವೇ ಕೊಳ್ಳುವ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡಿದಾಗ ಸಿಗಬೇಕು. ಶಾಲಾ, ಕಾಲೇಜು ಪಠ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡಲು ಸೂಕ್ತ ಸಮಯ. ನಕಲಿ ಮತ್ತು ಕಲಬೆರಕೆಯ ವಸ್ತುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸದಂತೆ ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಾದ ಕಾನೂನನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಬಹುದು.

ದೂರು ನಿವಾರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಬಲೀಕರಣ

ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ನಿವಾರಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಮೊದಲ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು. ಹಾಗೂ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನಂಬಿಕೆ ಹುಟ್ಟಬೇಕಾದಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಏನಾದರೂ ತೊಂದರೆಗಳಾದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವ ವಾಗ್ದಾನವನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು.

ಪಂಚಾಯತ್ ರಾಜ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ

ಗ್ರಾಮೀಣ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಬೇಕಾದಲ್ಲಿ ಪಂಚಾಯತ್ ರಾಜ್‌ಗಳ ನೆರವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಕಲಿ ಮತ್ತು ಕಲಬೆರಕೆ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಕೂಡ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೆರವು ಬೇಕು. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದನ್ನು ಕಾನೂನು ರೂಪಕರು ಸಹ ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. □

ದ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ



* ಟಿ ಎನ್ ಅಶೋಕ



**ಜಾಗತಿಕ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ
ಭಾರತದ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು
ಜೋಡಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ
ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯನ್ನು
ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಗಿದೆ.**

**ಆಂತರಿಕವಾಗಿ
ಹೇಳುವುದಾದರೆ
ಕೇಂದ್ರ
ಮತ್ತು
ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ
ಆಕ್ಟಾಯಿ, ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ,
ಪ್ರವೇಶ ತೆರಿಗೆ, ವಾಹನಂತಹ
ಅನೇಕ ತೆರಿಗೆಗಳ ಬದಲಿಗೆ
ದೇಶದಲ್ಲಿ ಏಕೀಕೃತಿಯ ತೆರಿಗೆ
ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು
ಸರಕುಗಳು ಸರಾಗವಾಗಿ
ಮತ್ತು
ವೇಗವಾಗಿ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ
ಸಾಗಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.**

ಸಂಸತ್‌ನ ವಿಶೇಷ ಜಂಟಿ ಅಧಿವೇಶನದಲ್ಲಿ 2017 ರ ಜುಲೈ 1 ರಂದು ಪ್ರಕಟಿಸಿದ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ತೆರಿಗೆ (ಜಿಎಸ್‌ಟಿ)ಯನ್ನು ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೆಂಪು ಕಂಬಳಿಯ ಸ್ವಾಗತದೊಂದಿಗೆ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಯಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಒಂದೇ ತೆರನಾದ ಏಕೀಕೃತಿಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಸುಲಭವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟು ನಡವಲು ಅನುವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವುದೇ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯ ಜಾರಿಯ ಗುರಿ.

ಆದರೆ ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದ ನಾಲ್ಕು ತಿಂಗಳ ನಂತರ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಿದಾರರು ಜೊತೆಗೆ ಬಳಕೆದಾರರು ಈ ತೆರಿಗೆಯಿಂದ ತೃಪ್ತರಾದಂತೆ ಕಾಣುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ತೆರಿಗೆ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ನಂತರ ಊಟ ತಿಂಡಿ ಮಾಡುವಾಗ, ಪ್ರಯಾಣಿಸುವಾಗ ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದವರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ವ್ಯಾಪಾಸ್ಥರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಿದಾರರು ತೀರಾ ಕ್ಷಿಪ್ಪಕರವಾದ ಮತ್ತು ಗೊಂದಲಮಯವಾದ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಕಷ್ಟಕ್ಕೊಳಗಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ದೊರುಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅವುಗಳನ್ನು ಕಾಲಮಿತಿಯಲ್ಲಿ ಬಗೆಹರಿಸುವುದಾಗಿ ಆಶ್ವಾಸನೆ ನೀಡಿದೆ.

ಹಾಗಾದರೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಎಲ್ಲಿ ಸವಾಲು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ?... ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಲೋಪವಿಲ್ಲ..... ಅದು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದ ಸ್ಟ್ಯಾಂಡರ್ಡ್ ನೀತಿ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಜಿಎಸ್‌ಟಿ

ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಒಪ್ಪಿಗೆ ನೀಡಿದುದಕ್ಕೆ ಕೆಲವು ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಗಳು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ಬಹುಶಃ ಎಲ್ಲಿ ಲೋಪವಾಗಿರಬಹುದು ಎಂದರೆ ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಾಲ್ಕು ಹಂತದ 0%, 5%, 12%, 18% ಮತ್ತು 28% ರ ದರದಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಣೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ.

ಹಾಗಾದರೆ, ಈಗ ಜಾರಿಯಾಗಿರುವ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಮೊದಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ನಂತರ ವಾಣಿಜ್ಯದ ಮೇಲೆ ಯಾವ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡೋಣ.

ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಚರ್ಚೆಯ ನಂತರ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕೌನ್ಸಿಲ್, ಎಲ್ಲ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿತು. ಇದು ಪಸ್ತುತ ಇರುವ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಎಲ್ಲ ಲೋಪದೋಶಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಕೊಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಂಬಲಾಗಿತ್ತು. ಮತ್ತು ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ದೇಶದ ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯಗಳ ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಏಕರೋಪಗೊಳಿಸಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಿತ್ತು.

ವಿವಿಧ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಾಲ್ಕು ಹಂತದ 0%, 5%, 12%, 18% ಮತ್ತು 28% ರ ದರದಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿದಾಗ ಸುಮಾರು ಶೇಕಡಾ 50 ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳು 18% ರ ದರದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೊಳಗೆ ಬಂದಿದ್ದವು. ಈ ದರದಲ್ಲಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ದಿನದಿತ್ಯ ಕೊಳ್ಳುವ ಬಳಕೆದಾರರ ಜೇಬಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕತ್ತರಿ ಹಾಕಿದವು. ಇದರಿಂದ

* ಪತ್ರಕರ್ತರು. E-mail : feedback@ashoktne@gmail.com

ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಜೀವನದ ಮೇಲೆ ಭಾರಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿತು. ಅದರ ವಿವರವಾದ ಪರಿಣಾಮದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಇಲ್ಲಿದೆ.

**ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳು ಮತ್ತು ಮೇಲುಡುಪುಗಳು/
ಗಾರ್ಮೆಂಟ್ಸ್**

500 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆಯ ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳು ಶೇಕಡಾ 18 ರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ಬರುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚೆ ಇದು 14.41% ಇತ್ತು. ಆದರೆ 500 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯ ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳು ಶೇಕಡ 5% ರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ 500 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆಯ ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಈಗ ಹೆಚ್ಚು ತೆರಿಗೆ ಕೊಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪುಗಳಿಗೆ ಈಗ 12% ತೆರಿಗೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮೊದಲು 18.16% ಇತ್ತು. ಹಾಗಾಗಿ ಇವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಯುವಕರಿಗೆ ಫ್ಯಾಷನ್ ಇಷ್ಟಪಡುವವರಿಗೆ ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪುಗಳು ಮೊದಲಿಗಿಂತ ಚೀಪಾಯಿತು.

ಕ್ಯಾಬ್ ಮತ್ತು ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ಓಡಾಟ

ಮೊದಲು ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ಓಡಾಟದ ಮೇಲೆ ಹಾಕುತ್ತಿದ್ದ 6% ತೆರಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಲ್ಲಿ 5% ಕ್ಕೆ ಇಳಿದಿದೆ. ಇದು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬುಕ್ ಮಾಡಿದವರಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಎರಲ್ಯೆನ್ ಟಿಕೆಟ್

ಎಕಾನಮಿ ಕ್ಲಾಸ್ ಟಿಕೆಟ್‌ಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಲ್ಲಿ 5% ವಿಧಿಸಿದರೆ, ಬ್ಯುಸಿನೆಸ್ ಕ್ಲಾಸ್ ಟಿಕೆಟ್ ಮೇಲೆ 12% ತೆರಿಗೆ ಹಾಕಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಬ್ಯುಸಿನೆಸ್ ಕ್ಲಾಸ್ ಪ್ರಯಾಣಿಕರ ಹೆಚ್ಚು ತೆರಿಗೆ ಕೊಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಡಿಮೆ ತೆರಿಗೆ ಕೊಡುವ ಪ್ರಯಾಣಿಕರಿಗೆ ದೊರೆಯುವ ಲಾಭವನ್ನು ವಿಮಾನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಯಾಣಿಸುವವರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆಯೇ ಎಂಬುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿಲ್ಲ.

ರೈಲು ಟಿಕೆಟ್ ದರ

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ನಂತರ ಪ್ರಯಾಣದ ದರದಲ್ಲಿ ಅಷ್ಟೇನು ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿಲ್ಲ. ಮೊದಲು 4.5% ತೆರಿಗೆ ಇದ್ದದ್ದು ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಯಾದ ಮೇಲೆ 5%



ಆಗಿದೆ. ಆದರೆ ಬ್ಯುಸಿನೆಸ್ ಗಾಗಿ ಪ್ರಯಾಣ ಮಾಡುವ ಪ್ರಯಾಣಿಕರು ಇನ್‌ಪುಟ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್‌ನಲ್ಲಿ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ವಾಪಾಸು ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಲೋಕಲ್ ರೈಲು ಮತ್ತು ಸ್ಲೀಪರ್ ಕ್ಲಾಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಯಾಣಿಸುವವರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ತೊಂದರೆಯಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಫಸ್ಟ್ ಕ್ಲಾಸ್ ಮತ್ತು ಹವಾನಿಯಂತ್ರಿತ ಬೋಗಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಯಾಣಿಸುವವರು ಹೆಚ್ಚು ದರ ಕೊಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರ ಟಿಕೆಟ್ ದರ

ಸಿನೆಮಾ ಟಿಕೆಟ್ ದರ 100 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದರೆ 18% ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಬೀಳುತ್ತದೆ. 100 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾದರೆ 28% ದರ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ತರ ಮತ್ತು ಪಶ್ಚಿಮ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಟಿಕೆಟ್ ದರ 175 ರೂಪಾಯಿಯಿಂದ 300 ರೂಪಾಯಿ ವರೆಗೆ ಇದ್ದು ಅವರಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಹೆಚ್ಚು ಬಿಸಿ ಮುಟ್ಟಿಸಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ತಮಿಳುನಾಡಿನಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ ಟಿಕೆಟ್ ದರವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠ 125 ಕ್ಕೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿತ್ತು. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ನಂತರ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜೊತೆಗೆ ಆ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರ ಸ್ಥಳೀಯ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಿನಿಮಾ ನೋಡುವವರು ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆ ತೆರಬೇಕಾಗಿದೆ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ಮೇಲೆ ಸಿನಿಮಾ ನೋಡುವವರ ಅವಕೃಪೆಗೆ ತಾವು ಪಾತ್ರರಾಗಬಹುದೆಂಬ ಹೆದರಿಕೆಯಿಂದ ತೆಲುಗು ಮತ್ತು ತಮಿಳು ಚಿತ್ರೋದ್ಯಮಿಗಳು ಸ್ಥಳೀಯ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ರದ್ದು ಪಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಒತ್ತಾಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಅವರ ಬೇಡಿಕೆ ಇನ್ನೂ ಈಡೇರಿಲ್ಲ.

ಜೀವ ವಿಮಾ ಪ್ರೀಮಿಯಂ

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಯಾದ ಮೇಲೆ ಟರ್ಮ್ ಮತ್ತು ಎಂಡೋಮೆಂಟ್ ಪಾಲಿಸಿಗಳ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಜನರಲ್ ಇನ್ಸೂರೆನ್ಸ್ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ದರಗಳೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿವೆ.

ಮ್ಯಾಚುಯಲ್ ಫಂಡ್ಸ್

ಮ್ಯಾಚುಯಲ್ ಫಂಡ್ ಕಂಪನಿಗಳ ಖರ್ಚಿನ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸುತ್ತಿದ್ದ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು 3% ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಳ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಮ್ಯಾಚುಯಲ್ ಫಂಡ್‌ನ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬದಲಾವಣೆ ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ.

ವಡವೆಗಳು

ಚಿನ್ನದ ಮೇಲೆ ಮೊದಲಿದ್ದ 2% ರ ಬದಲಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯಲ್ಲಿ 3% ಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಮೇಕಿಂಗ್ ವೆಚ್ಚದ ಮೇಲೆ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು 5% ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಚಿನ್ನದ ಮೇಲೆ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡುವುದು ಸ್ವಲ್ಪ ತುಟ್ಟಿಯಾಗಿದೆ.

ಆಸ್ತಿ ಕೊಳ್ಳುವುದು

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಮಾಣದ ಹಂತದಲ್ಲಿರುವ ಆಸ್ತಿಗಳನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ದರದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಕಡಿಮೆಯಾಗಲಿದೆ. ಈಗಾಗಲೇ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತಿರುವ ಆಸ್ತಿಯ ಮೇಲೆ 18% ತೆರಿಗೆ ವಿಧಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ತೆರಿಗೆಯ ಹೊರೆ 12% ಮಾತ್ರ ಆಗಲಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಇನ್‌ಪುಟ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಸೌಲಭ್ಯ ಇದೆ.

ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು

ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಿಂದ ಹೊರಗಿಡಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಿಂದ ವಿನಾಯಿತಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಬಳಕೆದಾರರು ಈ ಸೇವೆಗಳಿಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆ ಕಟ್ಟುವ ಪ್ರಮೇಯ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಈ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೆಲವು ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಾಗ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕಟ್ಟಬೇಕಾಗುವುದರಿಂದ ಆ ಹೊರೆಯನ್ನು ಬಳಕೆದಾರರ ಮೇಲೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದರಿಂದ ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ತೆರಿಗೆಯ ಹೊರೆ ಬರುತ್ತದೆ.

ಹೋಟೆಲ್ ಸೌಲಭ್ಯ

ಮೂರು ಸ್ಟಾರ್ ನಿಂದ ಐದು ಸ್ಟಾರ್ ಹೋಟೆಲ್ ಅಂದರೆ ಒಂದು ರೂಮಿಗೆ



ದಿನಕ್ಕೆ ರೂಪಾಯಿ 2500 ರಿಂದ 10,000 ರೂಪಾಯಿ ವರೆಗಿನ ದರಕ್ಕೆ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ದಿನಕ್ಕೆ 1000 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ದರ ಇದ್ದರೆ ತೆರಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ರೂಪಾಯಿ 5000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರೆ ತೆರಿಗೆ ದರ 28% ಆಗಲಿದೆ.

ಕಾರು ಕೊಳ್ಳುವುದು

ಕಾರಿನ ಮೇಕ್, ಎಂಜಿನ್ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಎಷ್ಟೇ ಇದ್ದರೂ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ 28% ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಸಣ್ಣ ಕಾರುಗಳದ್ದೇ ಕಾರುಬಾರು. ಅವುಗಳ ಬೆಲೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಕಾರು ಯಾವ ವಲಯಕ್ಕೆ ಸೇರಿದೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ 28% ರ ತೆರಿಗೆ ಜೊತೆಗೆ 1%, 3% ಅಥವಾ 15% ಸೆಸ್ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಎಸ್‌ಯುವಿ, ಎಂಯುವಿ ಮತ್ತು ಸೆಡಾನ್ ಮಾದರಿ ಕಾರುಗಳ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಸಣ್ಣ ಕಾರುಗಳ ಮೇಲಿನ ತೆರಿಗೆ ಇಳಿಸಿರುವುದನ್ನು ಎಷ್ಟು ಕಂಪನಿಗಳು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಿವೆ ಎಂಬುದು ಇನ್ನೂ ತಿಳಿದು ಬಂದಿಲ್ಲ. ವಾಹನಗಳ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಹಿಂಜರಿತವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಕಾರುಗಳ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುವುದು ಆ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೊಬೈಲ್ ಬಿಲ್‌ಗಳು

ಮೊಬೈಲ್ ಬಿಲ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ 18% ರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಮೊದಲು ಇದು 15% ಇದ್ದು ಇದನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂದು ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಗಳು ಒತ್ತಾಯಿಸುತ್ತಾ ಬರುತ್ತಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಈಗ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ತೀವ್ರ ಸ್ಪರ್ಧೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿಸಿರುವ ತೆರಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವುಗಳು ಅರಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲವು ಎಂದು ಟೆಲಿಕಾಂ ಕ್ಷೇತ್ರದ ತಜ್ಞರು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಏರ್‌ಟೆಲ್, ಟಾಟಾ, ವೊಡೋಫೋನ್, ಐಡಿಯಾ ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಮತ್ತು ರಿಲಯನ್ಸ್ ಜಿಯೋ ತೀವ್ರ ಸ್ಪರ್ಧೆಗೆ ಇಳಿದಿರುವುದರಿಂದ ತೆರಿಗೆಯ ಏರಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರವಾದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ತಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿಲ್ಲ.

ಹೋಟೆಲ್ / ತಿನಿಸು

ವಾರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತಿನ್ನುವುದು ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯಿಂದ ದುಬಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಇದು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವ ಕೊಠಡಿ ಆಧರಿಸಿದೆ. ಪಂಚತಾರಾ ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತಿಂದರೆ 18% ತೆರಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಐಪಿಎಲ್ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು

ಐಪಿಎಲ್ ನಂತಹ ಜನಪ್ರಿಯ ಕ್ರೀಡಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು 28% ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತವೆ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿಗಿಂತ ಮೊದಲು ತೆರಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣ 20% ಇತ್ತು. ಇದರಿಂದ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಟಿಕೆಟ್ ದರ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಥಿಯೇಟರ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಸರ್ಕಸ್, ಭಾರತೀಯ ಕ್ಲಾಸಿಕಲ್ ಮ್ಯೂಸಿಕ್ ಷೋ ಅಥವಾ ಜಾನಪದ ನೃತ್ಯ ಅಥವಾ ನಾಟಕ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು 18% ರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ.

ಡಿಟಿಎಚ್ ಮತ್ತು ಕೇಬಲ್ ಸೇವೆಗಳು

ಡಿಟಿಎಚ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಅಥವಾ ಕೇಬಲ್ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳು ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಬಂದ ಮೇಲೆ ಕಡಿಮೆ ಬಿಲ್ ಮಾಡಬೇಕು. ಕಾರಣ ಈಗ ಇದು 18% ರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಮೊದಲು ಮನರಂಜನಾ ತೆರಿಗೆ ರೂಪದಲ್ಲಿ 10% ರಿಂದ 30% ಜೊತೆಗೆ 15% ರಷ್ಟು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಮನರಂಜನಾ ಪಾರ್ಕ್‌ಗಳು

ಮನರಂಜನಾ ಪಾರ್ಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವಾರದ ಕೊನೆಯ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ತಮಾಷೆಯಾಗಿ ಕುಟುಂಬದವರ ಸಮೇತ ಕಾಲ ಕಳೆಯುವುದು ದುಬಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮೊದಲು 15% ರಷ್ಟಿದ್ದ ತೆರಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಲ್ಲಿ 28% ಆಗಿದೆ.

ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಿಂದ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವಿನಾಯಿತಿ ಪಡೆದಿರುವ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ನೋಡೋಣ

ಅಕ್ಕಿ, ಗೋಧಿ ಸೇರಿದಂತೆ ಎಲ್ಲ ರೀತಿಯ ಏಕದಳದ ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಸಂಸ್ಕರಿಸದೆ ಇರುವ ಹಾಲು, ತರಕಾರಿಗಳು (ತಾಜಾ), ಮಾಂಸ ಮತ್ತಿತರ ವಸ್ತುಗಳು. ಬ್ರಾಂಡ್‌ರಹಿತ ಹಿಟ್ಟು, ಬೇಸನ್ ಅಥವಾ ಮೈದಾ. ಮಕ್ಕಳು ಬಳಸುವ ಕಲರ್ ಪುಸ್ತಕಗಳು/ಡ್ರಾಯಿಂಗ್ ಪುಸ್ತಕಗಳು. ಸಿಂಧೂರ್/ಬಿಂದಿಗಳು, ಬಳೆಗಳು ಮತ್ತಿತರ ವಸ್ತುಗಳು, ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯ ವ್ಯಾಪಿಯೊಳಗೆ ಬರದ ದಿನಬಳಕೆಯ ಅನೇಕ ಸರಕುಗಳಲ್ಲಿ ಮೇಲಿನವು ಕೆಲವು ಮಾತ್ರ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಯಿಂದ ಕೆಲವು ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ಕೆಲವು ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ದರಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ಮಿಶ್ರ ಅನುಭವವಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ ಜನರ ಆಸೆ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಉತ್ತಮವಾದ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಊಟ ತಿಂಡಿ ಮಾಡುವುದು, ಆಕರ್ಷಣೀಯವಾದ ಸ್ಥಳಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವುದು ಉತ್ತಮವಾದ ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತಂಗುವುದು ತುಟ್ಟಿಯಾಗಿದೆ.

ಉದ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವ ಉದ್ದೇಶ ಒಂದು ದೇಶ, ಒಂದು ತೆರಿಗೆ, ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವುದು. ಇದನ್ನು ಕೆಲವು ದೇಶಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ವಿದೇಶಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಸ್ವಾಗತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಡಜನ್‌ಗಟ್ಟಲೆ ತೆರಿಗೆಗಳ ಬದಲಿಗೆ ಇದು ಜಾರಿಗೆ ಬಂದಿದೆ.

ಅದರ ಪರಿಣಾಮ ಅನೇಕ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಬೀರಿರುವ ಪರಿಣಾಮ ಈ ರೀತಿ ಇದೆ

ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ ಉದ್ಯಮಿಗಳು

ಹೊಸ ತೆರಿಗೆ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರದ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಎಂಬ ಎರಡು ಭಾಗಗಳಿದ್ದು ವಾರ್ಷಿಕ 20 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ (ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ 10 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ) ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯ ಎಲ್ಲಾ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸಬೇಕು. ಹೊಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ



ಉದ್ಯಮಗಳ ದುಡಿಯುವ ಬಂಡವಾಳದ ಮೇಲೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ. ಹಿಂದಿನ ತೆರಿಗೆ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ರಿಯಾಯಿತಿ 5 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ ವರೆಗಿತ್ತು. ಹೊಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರಿಯಾಯಿತಿ 20 ಲಕ್ಷದ ವರೆಗೆ (ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ 10 ಲಕ್ಷ) ದೊರೆತಿದೆ. ಇದು ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾದುದು.

ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯಗಳ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಕೊಡಬೇಕಾಗಿ ಬಂದಿರುವುದರಿಂದ ಉದ್ಯಮ ನಡೆಸುವುದು ಸುಲಭವಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮಗಳಿಗೆ ತೆರಿಗೆಯ ಹೊರೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿಯಾಗಿದೆ, ಸಾಗಾಣೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿ ವೇಗವಾಗಿ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ದೊರೆಯಲು ಸಹಾಯವಾಗಿದೆ.

ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಆಗಿರುವ ಪರಿಣಾಮ

ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಹತ್ತರವಾದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಜಾರಿಯಿಂದ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತಿರುವ ಮನೆಗಳು ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿಗಳ ಮೇಲಿನ ಬೆಲೆಯ ಮೇಲೆ 12% ತೆರಿಗೆ ಬೀಳುತ್ತದೆ (ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್ ಡ್ಯೂಟಿ ಮತ್ತು ರಿಜಿಸ್ಟ್ರೇಷನ್ ಶುಲ್ಕ ಬಿಟ್ಟು). ಈಗಾಗಲೇ ನಿರ್ಮಾಣ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿರುವ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ 12% ತೆರಿಗೆ ಬೀಳುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿರುವ ಆಸ್ತಿಯ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ಪರೋಕ್ಷ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದಿಲ್ಲ. ನಿರ್ಮಾಣ ಹಂತದಲ್ಲಿರುವ ಮತ್ತು ಪೂರ್ಣಗೊಳ್ಳದ ಆಸ್ತಿಗಳಿಗೆ ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್ ಡ್ಯೂಟಿ ಮತ್ತು ರಿಜಿಸ್ಟ್ರೇಷನ್ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವವರು ಭರಿಸಬೇಕು.

ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತಿರುವ ಯೋಜನೆ ಅಥವಾ ಮನೆಗಳಿಗೆ ಹಿಂದೆ ಇದ್ದ 6.5% ತೆರಿಗೆ ಈಗ 12% ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ರಿಯಲ್ ಎಸ್ಟೇಟ್ ವಲಯ

18% ತೆರಿಗೆ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೊಳಪಡುತ್ತದೆ. ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಆಸ್ತಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾದ ಮೇಲೆ ನಿಗದಿಯಾಗುವ ಒಟ್ಟು ಬೆಲೆಯ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮೂರನೇ ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ಜಮೀನಿನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಇನ್‌ಪುಟ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಕಲಿಸಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಇದು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿರುವ ಆಸ್ತಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಪ್ರಕಾರ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ತೆರಿಗೆ ಭಾರವನ್ನು ಆಸ್ತಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿದಾರರು ಭರಿಸಬೇಕು ಅಥವಾ ಕೊಳ್ಳುವವರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಬೇಕು.

ಮುಂಬೈನ ಪ್ರಮುಖ ನಿರ್ಮಾಣ ಕಂಪನಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ - ಇನ್ನೂ ಪ್ರಾರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿರುವ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿಯಿಂದ ಅನುಕೂಲವಾಗಿದೆ, ಆದರೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮುಗಿದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮನೆಗಳನ್ನು ವಹಿಸಿಕೊಡುವ ಹಂತದಲ್ಲಿರುವ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿನ ತೆರಿಗೆ ಹೊರೆಯನ್ನು ಹೊರಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಆಟೋಮೊಬೈಲ್ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ:

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭವಾಗಿರುವುದು ಆಟೋಮೊಬೈಲ್ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ. ಅನೇಕ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ತೆರಿಗೆಗಳಾದ ರಸ್ತೆ ತೆರಿಗೆ, ಅಬ್ಕಾರಿ, ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ, ವಾಟ್, ಮೋಟಾರ್ ವಹಿಕಲ್ ಟ್ಯಾಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ರೆಜಿಸ್ಟ್ರೇಷನ್ ಡ್ಯೂಟಿ ಗಳು ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಬಂದ ಮೇಲೆ ಇಲ್ಲದಂತಾಗಿ ಒಂದೇ ಒಂದು ತೆರಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಕೊಂಡಿವೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಬಸ್ಸು/ ಬೈಕು/ ಕಾರುಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರು/ ಡೀಲರ್ ಗಳಿಗೆ ವಿಧಿಸುವ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ತೆರಿಗೆ ದರ ಮತ್ತು ರಿಯಾಯಿತಿಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳು ಕೊಡದೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಕೆಲವು ಗೊಂದಲಗಳು ಉಳಿದುಕೊಂಡಿವೆ.

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಮಿಡ್‌ಸೈಜ್‌ನಿಂದ ಹೈಬ್ರಿಡ್ ಲಕ್ಷುರಿ ವಾಹನಗಳಿಗೆ 15 % ರಿಂದ 25% ರ ವರೆಗೆ ಸೆಸ್ ವಿಧಿಸಿದೆ. ಮೋಟಾರು ವಾಹನ ಕಾಯಿದೆಯ ಹೊಸ ನಿಯಮಗಳನ್ನು

ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅದರ ಪ್ರಕಾರ 13 ಜನರು ಕೂರುವ ವಾಹನಗಳಿಗೆ 25% ರ ಸೆಸ್ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರುಗಳು 28% ರ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತವೆ. ಮೋಟಾರು ವಾಹನಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸುವ ತೆರಿಗೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಪುನರ್‌ಪರಿಶೀಲನೆ ನಡೆಯುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ ಎಂಬುದಾಗಿ ಮೋಟಾರು ವಾಹನಗಳ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಹೇಳುತ್ತಿದೆ.

ಉಪಸಂಹಾರ

ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕೆಲವು ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ದುಬಾರಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿದರೂ, ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಲು ಭಾರತ 30 ಸ್ಥಾನ ಮೇಲೇರಿದೆ. ಮೊದಲು ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಲು ವಿಶ್ವದ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ 130 ನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದ ಭಾರತ 100 ನೇ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದಿದೆ ಎಂದು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ವಿಶ್ವ ಬ್ಯಾಂಕ್ ವರದಿ ಮಾಡಿದೆ. ಈ ಲೇಖನವನ್ನು ಸಿದ್ಧ ಪಡಿಸುವಾಗ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಸಭೆ ಸೇರಿ 178 ವಸ್ತುಗಳ ತೆರಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಸುತ್ತಿತ್ತು.

ಪುನರ್‌ವಿಮರ್ಶೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂದು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿದ ಸಚಿವರ ಸಮಿತಿಯ ಮುಖ್ಯಸ್ಥ ಹಾಗೂ ಅಸ್ಸಾಂ ರಾಜ್ಯದ ಹಣಕಾಸು ಸಚಿವ ಶ್ರೀ ಹೇಮಂತ ಬಿಸ್ವಾಸ್ ಶರ್ಮಾ ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದು ಏನೆಂದರೆ, ಈಗಿರುವ ಗರಿಷ್ಠ 28% ತೆರಿಗೆ ದರವನ್ನು ತೆಗೆದು ಹಾಕುವತ್ತ ನಮ್ಮ ಪ್ರಯತ್ನ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ.

ಜಾಗತಿಕ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಭಾರತದ ತೆರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಚೋಡಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಲು ಈಗ ಹಿಂದಿಗಿಂತ ಸುಲಭವಾಗಿದೆ.

ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದ್ದ ಆಕ್ಟಾಯಿ, ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ, ಪ್ರವೇಶ ತೆರಿಗೆ, ವಾಟ್ ನಂತಹ ಅನೇಕ ತೆರಿಗೆಗಳ ಬದಲಿಗೆ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಏಕರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಸರಕುಗಳು ಸರಾಗವಾಗಿ ಮತ್ತು ವೇಗವಾಗಿ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಸಾಗಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ದೀರ್ಘ ಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ಯಿಂದ ದೇಶ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. □

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ



Invest India

NATIONAL INVESTMENT
PROMOTION AGENCY

ಇಂದು

ಶ್ರೀಕಾಂತ್ ನಿವಿಧ

ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ

ಹೂಡಿಕೆ ಸ್ವೀಕೃತಿ

ಮನಸ್ತುತಿಯನ್ನು

ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಕೇಂದ್ರ

ಮತ್ತು

ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ

ಅಪ್ರಾದಾರಣವಾದ ಹೂಡಿಕೆ

ಸ್ವೀಕೃತಿಯಾಗಿದೆ.

ದೊಡ್ಡಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ

ಭಾರತದಲ್ಲಿ

ಹೂಡಿಕೆ

ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿದೆ.

ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ಸಂಭವನೀಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ವೃತ್ತಿಪರ ಬೆಂಬಲ ಮತ್ತು ಕೈಗೆಟಕುವ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಸಲುವಾಗಿ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ಸುಲಭ ಹಾಗೂ ಸುಲಲಿತವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ - ಇನ್ವೆಸ್ಟ್ ಇಂಡಿಯಾ ಎಂಬ ಸಂಸ್ಥೆ ರೂಪುಗೊಂಡು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿದೆ. (ಅ) ಸಂಭವನೀಯ ಹೂಡಿಕೆ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ವ್ಯವಹಾರದ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು ಮತ್ತು (ಆ) ಹೂಡಿಕೆ ನಿರ್ಧಾರದಿಂದ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸುವವರಿಗೆ ಅವರಿಗೆ ಅನುಕೂಲ ಕಲ್ಪಿಸುವ, ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವ ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಭದ್ರಪಡಿಸುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶ. ಸಂಭವನೀಯ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವಿಕ ವಿದೇಶಿ ನೇರ ಹೂಡಿಕೆ (ಎಫ್‌ಡಿಐ) ದೇಶದೊಳಕ್ಕೆ ಹರಿದು ಬಂದು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಹೊಸ, ಹಸಿರು ವಲಯ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಯೋಜನೆಗಳ ನಡುವಿನ ಅಂತರವನ್ನು ತುಂಬಲಿದೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಎಫ್‌ಡಿಐ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಚೀನಾ ವಿಶ್ವದ ಕಾರ್ಖಾನೆಯಾಗಿದೆ. ಭಾರತ ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸಂಭವನೀಯವಾಗಿ ಇನ್ನೂ ಪರಿವರ್ತನೆಯಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಹೊಸ ಸರ್ಕಾರ 2015ರಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಡಿಐಯನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಮತ್ತು ವಿಪರೀತ ವಿಳಂಬ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಕೆಂಪುಹಾಸನ್ನಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ತೀರ್ಮಾನಿಸಿತು. 'ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ' ಯನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಗಳ 'ಮೇಕಿಂಗ್ ಇಂಡಿಯಾ'ದ ದೂರದೃಷ್ಟಿಯ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿತು.

ಇದರಿಂದಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಒಂದು ಅದ್ವಿತೀಯ ಕಥೆಯಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು.

ನುರಿತ ಹೂಡಿಕೆದಾರ, ಬ್ಯಾಂಕರ್ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಸರ್ವಸಮತೆಯ ವೃತ್ತಿಪರರಾದ ಹೊಸ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ (ಸಿಇಒ) ಶ್ರೀ ದೀಪಕ್ ಬಗ್ಲಾ ಅವರ ನಾಯಕತ್ವದಲ್ಲಿ 'ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನಂಬಿಕೆಯಿರುವವರು' (ಬಿಲೀವರ್ಸ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ) ಎಂಬ ತಂಡವನ್ನು ರೂಪಿಸಲಾಯಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಂಡದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಾದ ಗೋಲ್ಡ್‌ಮನ್ ಸ್ಯಾಕ್ಸ್, ಮೇಕಿನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಬೇನ್ & ಕಂಪೆನಿಯ ಮಾಜಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರ ಬ್ಯಾಂಕರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಜಿ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಲಹೆಗಾರರು ಸೇರಿದಂತೆ ಖಾಸಗಿ ವಲಯದ ವೃತ್ತಿಪರರು, ಸರಾಸರಿ 29 ವರ್ಷಗಳ ವಯಸ್ಸಿನ 110- ಸದಸ್ಯರಿದ್ದಾರೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಯ ಪ್ರತಿ ಉದ್ಯೋಗಿಯನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರೇರಿತರಾದವರನ್ನು ಉತ್ತಮ ಸಂಬಳ ನೀಡಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೊದಲ ಅಂಶವಾಗಿ ನ್ಯಾಷನಲ್ ಇನ್‌ವೆಸ್ಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಅಂಡ್ ಫೆಸಿಲಿಟಿಷನ್ ಏಜೆನ್ಸಿ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ ರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ವಾತಾವರಣ ಸರಳವಾಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಅನುವಾಗುವಂತೆ ದೇಶದ ಹೂಡಿಕೆಯ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಇದರ ಗುರಿ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಜ್ಞರು ವಿವಿಧ



* ಅಜಯ ಶಂಕರ್



ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ, ಭಾರತದ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷಜ್ಞರಾಗಿರುವರಿಂದ ಅವರು ಹೂಡಿಕೆಯ ಜೀವನವೃತ್ತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಕೈಹಿಡಿದು ಹೂಡಿಕೆಯ ಪೂರ್ವ ಮತ್ತು ನಂತರವೂ ಆಸಕ್ತಿ ವಹಿಸಿ ಮುನ್ನಡೆಸುವರು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ವಿಶೇಷಜ್ಞರು ಬಹುವಿಧದ ಬೆಂಬಲ ಅಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶದ ತಂತ್ರ, ಕೈಗಾರಿಕೆಯ ಆಳವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಪಾಲುದಾರರ ಶೋಧ, ಸ್ಥಳದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ಧಾರ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. 2016 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಯುಎನ್‌ಸಿಟಿಎಡಿ 'ಇನ್‌ವೆಸ್ಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಪ್ರಮೋಷನ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ವಿಜೇತ' ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿದೆ. 2014 ರ ಬಾಲ್ಯಾವಸ್ಥೆಯಿಂದ 2016 ರ ಜಾಗತಿಕ ವಿಜೇತರಾಗುವವರಿಗಿನ ಪ್ರಯಾಣ ಹೊಸ ಭಾರತದ ಕಥೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಪ್ರತಿಫಲಿಸಿದೆ. ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಇದನ್ನು ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ, ಅದೂ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಬಜೆಟ್‌ನ ಕಾಲುಭಾಗದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವದ ಸಮಾನರಾದವರೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡಿದರೆ ಉತ್ತಮ ದರ್ಜೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಿದೆ. ದ್ವಿಪಾತ್ರದಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಒಂದು ಮುಖವಾಗಿ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಸಲಹೆಗಾರರಾಗಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಸಂಬಂಧದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಾಗಿ ಮುಖ್ಯವಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ವಹಿಸಿಕೊಂಡು ಸಂಭವನೀಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರನ್ನು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅವರ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಸುಲಲಿತವಾಗಿ ಸಾಗುವಂತೆ, ಶೀಘ್ರ ಮತ್ತು ಸಂತೋಷದಾಯಕವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ವಿಶೇಷಜ್ಞರ ಕಾರ್ಯವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ 'ಇನ್‌ವೆಸ್ಟ್ ಇಂಡಿಯಾ' ಪ್ರಾಥಮಿಕ, ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ದೇಶದ ವಲಯ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯದ 360 ಡಿಗ್ರಿ

ಕೋನದಲ್ಲಿ ಮುನ್ನೋಟವನ್ನು ಹೊಂದಿ ಹೂಡಿಕೆಯ ಜೀವನವೃತ್ತದಿಂದ ಹೊಸ ಹೂಡಿಕೆದಾರನನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ವಲಯ ತಜ್ಞತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವವರೆಗೆ ಕಾರ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ ಹೊಂದಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಂಡಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಯೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಲು ವಿಶೇಷವಾದ ಮಾದರಿ ರೂಪುರೇಷೆ ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಹಲವಾರು ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರಿದೆ. ಅದು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಜೀವನವನ್ನು ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡುವ ಆರೋಗ್ಯರಕ್ಷಣೆ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಲು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದೆ, ನವ್ಯೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲ ವಲಯಗಳಲ್ಲೂ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಲು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಜಾಗತಿಕ ಮಂಡಳಿಯು ಭಾರತಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶ ಮಾಡುವ ಅನುಮತಿ ಪಡೆಯುವುದರಿಂದ ಹಿಡಿದು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಸಮಯವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿದೆ. ಇದು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಗೆ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ಗುಜರಾತ್‌ನಲ್ಲಿ ಡ್ಯಾನಿಷ್ ವಿಂಡ್ ಟರ್ಬೈನ್ ತಯಾರು ಮಾಡುವ ಬೃಹತ್ ಕಂಪೆನಿ ವೇಸ್ಟ್ ಜಾಗತಿಕ ಮಂಡಳಿಯ ಅನುಮತಿ ಪಡೆದ 15 ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಬ್ಲೇಡ್‌ಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಲು ಆರಂಭಿಸಿದೆ. ಇದು ಈ ಕಂಪೆನಿಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಆಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಈ ಹಿಂದೆ ಚೀನಾದಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿದ್ದ ಎರಡು ತಿಂಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ಮುರಿದಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಮೇಕ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾಗೆ ಭಾರತ ಮೂಲದ ಅಮೆರಿಕದ ಎನ್‌ಎಚ್‌ಎಸ್ ವೈದ್ಯರೊಬ್ಬರ ನೇರ ಬೆಂಬಲ ದೊರೆಯಿತು. ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯರಕ್ಷಣೆ ಅತ್ಯಂತ ಬೃಹತ್ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾದ ಇಂಡೋ-ಯುಕೆ ಇನ್‌ಟೆಕ್ಸ್ಟೂಟ್ ಆಫ್ ಹೆಲ್ತ್‌ಸೈನ್ಸ್ ಭಾರತದ ಆರೋಗ್ಯರಕ್ಷಣೆಯ ನೋಟವನ್ನೇ ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡುವ ಆಶ್ವಾಸನೆ ನೀಡಿದೆ. ದೇಶದ 11 ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರವಾಗಿ ಮೆಡಿಸಿಟಿಸ್ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಿದೆ. ಇವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು

ವರ್ಧಿಸಲಿವೆ ಮತ್ತು ರೋಗನಿರ್ಣಯ ಕ್ಷಿಣಿಕಗಳ ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ತಡೆ ಮತ್ತು ವೈದ್ಯಕೀಯ ಉಪಕರಣಗಳ ಸರಬರಾಜುದಾರರು ಜಾಗತಿಕ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ದರಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿದ ಆರೋಗ್ಯರಕ್ಷಣಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವಂತೆ ಮಾಡಲಿವೆ. ಇದು ದೇಶೀಯ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಭಾರತವನ್ನು ಜಾಗತಿಕ ವೈದ್ಯಕೀಯ ಪ್ರವಾಸಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಲಿದೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ 47 ವಲಯಗಳು ಮತ್ತು 115 ದೇಶಗಳ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ 100,000 ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ ದಾಖಲೆ ಸಾಧನೆಯನ್ನೇ ಮಾಡಿದೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವುದು ಆಹಾರ ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಐಟಿ/ಐಟಿಇಎಸ್, ಪುನರ್‌ಬಳಕೆಯ ಇಂಧನ, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ಜವಳಿ ಉದ್ಯಮಗಳು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಒಟ್ಟು \$ 80 ಬಿಲಿಯನ್ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡಲಿದೆ. ಇದು 300 ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು 7 ಲಕ್ಷ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡುವ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಐದು ವಲಯಗಳು - ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ, ಅಟೋಮೊಬೈಲ್, ಪುನರ್‌ಬಳಕೆ ಇಂಧನ, ಆರೋಗ್ಯರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಚಿಲ್ಲರೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ \$ 7.4 ಬಿಲಿಯನ್ ವಾಸ್ತವಿಕ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡಲಿದೆ. ಇದರ ಫಲವಾಗಿ 94,000 ನೇರ ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಲಿವೆ.

ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ, ಇಂದು ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಹೂಡಿಕೆ ಸ್ನೇಹಿ ಮನಸ್ಸಿತ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಸಾಧಾರಣವಾದ ಹೂಡಿಕೆ ಸ್ನೇಹದಿಂದಾಗಿ ದೊಡ್ಡಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿದೆ. ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೂಡಿಕೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಜತೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದೆ. ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ನಡುವೆ ಸಂವಾದದ ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರವಾದ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳ

ಸಭೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸರಣಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿಕೆ, ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯ ರೂಪುರೇಷೆ, ಅದನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮತ್ತು ಅನುಸರಿಸುವುದು, ಸಭೆಗಳು ಫಲಪ್ರದವಾಗಿ ಮೂಡಿಬರಲು ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿದೆ.

ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಸರ್ಕಾರ ಎಲ್ಲ ಹಂತಗಳಲ್ಲೂ ದೊಡ್ಡ ಮಟ್ಟದ ತೆರೆದ ಮನಸ್ಸಿನ ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಉತ್ತಮ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಪದ್ಧತಿ ಅನುಸರಣೆ ನೇರವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ - 12 ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಜಾಗತಿಕ ನವೋದ್ಯಮಗಳ ಪರಿಸರ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಕಲಿತದ್ದನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ಸಾಧನ ಮಾರ್ಗವಾಗಿ ನವೋದ್ಯಮ ನೀತಿಗಳ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.

ದೇಶ ಉದ್ಯಮದಾರರು ದೇಶದ ಹೊಸತನ ಪರಿಸರ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಿಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಆಶ್ರಯದಲ್ಲಿ ನವೋದ್ಯಮ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರವೇ ಆರಂಭಿಸಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಅನೇಕ ದೇಶ ನವೋದ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲ ಕಲ್ಪಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಭಾರತದ ನವೋದ್ಯಮ ಜೀವನ ಶೈಲಿಯನ್ನೇ ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಉತ್ತಮ ಉದಾಹರಣೆ ಎಂದರೆ ಸಾಗರ ಡಿಫೆನ್ಸ್, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಂಡ ಉದ್ಯಮದಾರರ ಜೊತೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿ, ಅವರ



ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ ಮಾನವ ರಹಿತ ಜಲ ಕಣ್ಣಾವಲು ದೋಣಿಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಂಡ ಸಾಗರ ಡಿಫೆನ್ಸ್‌ಗೆ ಎಲ್ಲ ವಿಧದಲ್ಲೂ ಅವರ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ಅ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮರುರಚನೆ, ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಗೆ, ಸೇನಾ ಸಂಬಂಧಿ ಅನುಮತಿ ಮತ್ತು ಪರವಾನಿಗೆ ಪಡೆಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದೆ. ಇಂದು ಸಾಗರ ಡಿಫೆನ್ಸ್ ನವೋದ್ಯಮ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಅತ್ಯಂತ ಯಶಸ್ವಿ ಎಂಬ ಕೀರ್ತಿಪಡೆದಿದೆ.

ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಗಳ ಹೊಸ ಸುಧಾರಣೆ - ನಿರ್ವಹಣೆ - ಪರಿವರ್ತನೆ ಕ್ರಮಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಬೆಂಬಲವಾಗಿ ನಿಂತಿವೆ. ಸರ್ಕಾರದ ಎಲ್ಲ ಹಂತಗಳಲ್ಲೂ ಅಂದರೆ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯಗಳ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ನಿರಂತರ ಪ್ರಯತ್ನ ನಡೆದಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಪರಿವರ್ತನೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ವಿದೇಶಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸರ್ಕಾರ ಕಠಿಣ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ನಿಲುವು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದ್ದು, ಜಾಗತಿಕ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಭಾರತದ

ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಈಗ ಜಾಗತಿಕ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಬೋರ್ಡ್‌ರೂಂಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನು 'ಆದರೆ' ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ; ಭಾರತವನ್ನು ತಮ್ಮ ಹೂಡಿಕೆಯ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ 'ಯಾವ' ರೀತಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎನ್ನುವ ಬಗ್ಗೆ ವಿಚಾರ ವಿಮೆಯ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ಬಲವಾಗಿದೆ. ವಿಶ್ವಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಧ್ಯಯನದ ಈ ವರ್ಷದ ರ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವದ ಯಾವುದೇ ಬೃಹತ್ ಆರ್ಥಿಕತೆಗಿಂತ ಭಾರತ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸ್ಥಾನ ಉನ್ನತಿ ಹೊಂದಿದೆ. 130 ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದ ಭಾರತ 100ನೇ ಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ಬಂದಿದೆ.

ಈ ತಳಮಟ್ಟದ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ವ್ಯವಹಾರ ವಾತಾವರಣ, ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮೇಲೆ ಬಹುತ್ವದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ ಫೈನಾನ್ಸಿಯಲ್ ಟೈಮ್ಸ್‌ನ ಎಫ್‌ಡಿಐ ಇಂಟೆಲಿಜೆನ್ಸ್ ರ್ಯಾಂಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಭಾರತ # 1 ಆಗಿ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಗ್ರೀನ್‌ಫೀಲ್ಡ್ ಎಫ್‌ಡಿಐ ಪ್ರಶಸ್ತಿಗೆ ಪಾತ್ರವಾಗಿದೆ. ಇದು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ವಿಶ್ವಾಸ ಗಳಿಸಿರುವುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಆಲೋಚನೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ದೃಢ ಪಡಿಸಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ತಂಡಕ್ಕೆ ಇದು ಕೇವಲ ಪ್ರಾರಂಭ, ಏಕೆಂದರೆ ಭಾರತ ಒಂದು ಅತ್ಯಂತ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಸ್ನೇಹಿ ದೇಶವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಡಿಐನ ಬೃಹತ್ ಗ್ರಾಹಕವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುವ ಸವಾಲು, ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಅದರ ಮೇಲಿದೆ. □

ಯೋಜನಾ ಚರಿದಾದಾರರಲ್ಲ ಕೋರಿಕೆ

ಯೋಜನಾ ಪತ್ರಿಕೆಗೆ ಚಂದಾ ಬಯಸುವವರು ಮನಿಆರ್ಡರ್ ಕಳಿಸುವಾಗ ತಮ್ಮ ಇ-ಮೇಲ್, ಫೋನ್ ನಂಬರ್ ಸೇರಿದಂತೆ, ಜಿಲ್ಲೆ ಹಾಗೂ ಅಂಚೆ ಪಿನ್‌ಕೋಡ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಒಳಗೊಂಡ ತಮ್ಮ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಳಾಸವನ್ನು ನಮಗೆ ಒದಗಿಸಬೇಕು. ಚಂದಾದಾರರು, ಮನಿಆರ್ಡರ್ ಕಳಿಸಿದ ಎಂಟು ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಕಚೇರಿಯನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ ತಮ್ಮ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಸರಿ ಇದೆಯೇ ಎಂಬುದನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಹಾಗೂ ಚಂದಾ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಚಂದಾದಾರರು ತಮ್ಮ ಯಾವುದೇ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಕಚೇರಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಿದಾಗ ತಮ್ಮ ಚಂದಾ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸುವುದು ಅತ್ಯವಶ್ಯಕ. ಯೋಜನಾ ರವಾನೆ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ದೂರು ದುಮ್ಮಾನಗಳನ್ನು ಆಯಾ ತಿಂಗಳೇ ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾದ ಇ-ಅಂಚೆ : yojanakannada@yahoo.com ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆ : 080 25537244 (ಸೋಮವಾರದಿಂದ - ಶುಕ್ರವಾರ. ವೇಳೆ 2.00 ರಿಂದ 4.00)

ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ



ಇದೀಗ ನ
ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ
ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು
ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ
ನಂಬಿಕೆಯ, ಗುಣಮಟ್ಟದ
ಮತ್ತು
ಪಾರಕ್ಷತೆಯ ಖಾತರಿಯೊಂದಿಗೆ
ಪರಕುಗಣನೂ ಒದಗಿಸುವ
ಗುರಿ ಕಡೆಗೆ
ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿದೆ.
ಇದೀಗ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ
ಗುರುತು
ಒಂದು ನಿಗದಿತ
ಗುಣಮಟ್ಟದ
ಪರಕೇತವಾಗಿದ್ದು,
ಅದು ಪರಕಿರ
ನಿಶ್ಚಿತ ಗುಣದ ಬಗ್ಗೆ
ಭರವಲೆ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ನಮ್ಮ ಆವರಣದ ಬಹು ಮುಖ್ಯ ಸಂದರ್ಶಕ' - ಮಹಾತ್ಮ ಗಾಂಧಿ.

ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಮಹಾತ್ಮ ಗಾಂಧಿಯವರು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದರು ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ವಾಕ್ಯ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದೇ ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದರಿಂದ ಅವನನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ತೃಪ್ತಿಗೊಳಿಸಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಭಾರತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಹೊಂದಿರುವುದರಿಂದ ಅದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉತ್ಪಾದಕನಿಗೂ ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ-ನಡೆ ಸ್ವಭಾವ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಕೌಶಲ್ಯತೆಯುಳ್ಳ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಜನತೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ವರವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಹಿತವನ್ನು ತಾವೇ ರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರವು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯ ಕಾರ್ಯ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನೀತಿ ನಿರೂಪಕರು 70 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆಯೆ 1860ರ ಸೊಸೈಟಿ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಐಎಸ್‌ಐ (ಭಾರತೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸಂಸ್ಥೆ) ಸ್ಥಾಪಿಸಿದರು. ಐಎಸ್‌ಐನ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು. ನಂತರ

1952ರ ಭಾರತೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸಂಸ್ಥೆ ಕಾಯ್ದೆ ಪ್ರಕಾರ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ಪಡೆಯುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆ ಅಧಿಕ ವೇಗದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ 1987ರಲ್ಲಿ ಐಎಸ್‌ಐಯನ್ನು 1986ರ ಬಿಐಎಸ್ ಕಾಯ್ದೆ ಮೂಲಕ ಬಿಐಎಸ್ (ಭಾರತೀಯ ಮಾಪನ ಸಂಸ್ಥೆ) ಎಂದು ಮರುನಾಮಕರಣ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಸಂಸ್ಥೆಯ ಯಶಸ್ಸು, ಜನಪ್ರಿಯತೆ, ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬದಲಾವಣೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು 2016ರ ಬಿಐಎಸ್ ಕಾಯ್ದೆ ಘೋಷಣೆಗೆ ಒತ್ತಾಯಿಸಿದವು.

ಬಿಐಎಸ್ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಗದಿ ಮಾಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಅನೇಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರಕುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸುರಕ್ಷಿತ ಸರಕುಗಳು ದೊರೆಯುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು, ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೋಗ್ಯ ಏರುಪೇರುಗಳನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವುದು, ರಫ್ತು ಮತ್ತು ಆಮದುಗಳಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು, ಸರಕುಗಳ ಕಳಪೆ ಉತ್ಪತ್ತಿ ನಿಯಂತ್ರಿಸುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಯಂತ್ರಣ, ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪರೀಕ್ಷಾ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಮೇಲಿನ ಭರವಸೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸಲು ಈ ಮುಂದಿನ ರಚನಾತ್ಮಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ತಂತ್ರಾಂಶಗಳನ್ನೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದೆ.

1. ಗುಣಮಟ್ಟ ಸೂತ್ರ ರೂಪಿಸುವಿಕೆ
2. ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡಿಕೆ.

* ಮೂಲ : ಭಾರತೀಯ ಮಾಪನ ಸಂಸ್ಥೆ.

3. ಕಡ್ಡಾಯ ನೋಂದಣಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ
4. ವಿದೇಶಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
5. ಹಾಲ್ ಮಾರ್ಕ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
6. ಪ್ರಯೋಗ ಶಾಲೆ ಸೇವೆ.
7. ಪ್ರಯೋಗಶಾಲೆ ಮಾನ್ಯತೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ
8. ಗುಣಮಟ್ಟದ ವ್ಯಾಪಾರ
9. ಗ್ರಾಹಕ ಕೂಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
10. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ತರಬೇತಿ ಸೇವೆಗಳು

ಈ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಬಿಐಎಸ್ ತನ್ನ ನವದೆಹಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಕಛೇರಿ ಮತ್ತು ಐದು ವಲಯ ಕಛೇರಿಗಳಾದ ಪೂರ್ವದ ಕೊಲ್ಕತ್ತಾ, ದಕ್ಷಿಣದ ಚೆನ್ನೈ, ಪಶ್ಚಿಮದ ಮುಂಬೈ, ಉತ್ತರದ ಚಂಡೀಗಢ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರೀಯ ವಲಯ ದೆಹಲಿ ಹಾಗೂ ಅನೇಕ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿರುವ ಶಾಖಾ ಕಛೇರಿಗಳ ಮೂಲಕ ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಈ ಐದು ವಲಯಗಳ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಛೇರಿಗಳು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡಿಕೆಗೆ ನೆರವಾಗುವುದಲ್ಲದೆ, ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳಿಗೆ, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ, ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿದ್ಯಾಲಯಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸೇತುವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪಾದನಾ ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಗದಿಯನ್ನು ಈ ಮುಂದಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಬಿಐಎಸ್ ನ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನಂಬಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಖಾತರಿಯೊಂದಿಗೆ ಸರಕುಗಳನ್ನೂ ಒದಗಿಸುವ ಗುರಿ ಕಡೆಗೆ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿದೆ. ಐಎಸ್ಐ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಗುರುತು ಒಂದು



ನಿಗದಿತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸಂಕೇತವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಸರಕಿನ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗುಣದ ಬಗ್ಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸರಕು ಉತ್ಪಾದನಾ ಪರವಾನಗಿದಾರರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಅಚ್ಚರಿಯ ಭೇಟಿ ಕೊಟ್ಟು ಸ್ಯಾಂಪಲ್‌ಗಳನ್ನೂ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ ಆ ಸರಕಿನ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವಿಶ್ಲಾಸಾರ್ಹತೆ ಬಗ್ಗೆ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ



ನಿಗದಿತ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಸ್ವಯಂ ಪ್ರಮಾಣ ಗುರುತು ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಮತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿರಂತರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಮೂಲಕ ಬಿಐಎಸ್ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಪಾಡುವಲ್ಲಿ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸ್ವಸಹಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದರೂ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಸುರಕ್ಷತೆ ಭದ್ರತೆ, ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕಾಲಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಅನೇಕ ಕಾಯ್ದೆಗಳ ಮೂಲಕ ಸರಕುಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟ ಚಿಹ್ನೆ ಪಡೆಯುವುದನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯಗೊಳಿಸಿದೆ. ಅರ್ಜಿಗಳ ಮೂಲಕ ಪರವಾನಗಿ ಮಂಜೂರಾತಿಯನ್ನು ಬಿಐಎಸ್ ಮುಂದುವರೆಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ಸೂಚಿತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ಮೂಲಕ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ಪಡೆಯುವುದನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದೆ.

ಎಲ್‌ಪಿಜಿ ಅನಿಲ ಸಿಲಿಂಡರ್‌ಗಳು, ರೆಗ್ಯೂಲೇಟರ್‌ಗಳು, ವಾಲ್ವುಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಈ ರೀತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಿಐಎಸ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಸರಕುಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಅಮೂಲ್ಯ ಲೋಹಗಳಿಂದ ಮಾಡಿದ ಆಭರಣಗಳಲ್ಲಿನ ಅಮೂಲ್ಯ ಲೋಹದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕರಾರುವಾಕಾಗಿ ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹಾಲ್ ಮಾರ್ಕ್ ಗುರುತು ಬಳಸುವ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ಒಡವೆ ತಯಾರಕರು ಅಧಿಕೃತ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ, ಪರಿಶುದ್ಧ ಒಡವೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವುದಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಅವರನ್ನು ಕಲಬೆರಕೆಯಿಂದ ರಕ್ಷಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಈಗ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಮೂಲ್ಯ ಲೋಹಗಳಾದ ಚಿನ್ನ ಮತ್ತು ಬೆಳ್ಳಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಪರಿಮಿತಿಯೊಳಗೆ ತರಲಾಗಿದೆ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್‌ಗೆ ಸಮಾನಾಂತರವಾಗಿ ಬಿಐಎಸ್ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲೂ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿಯೇ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಪರವಾನಗಿ ಮಂಜೂರು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಿಐಎಸ್ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಸರ್ಕಾರದ ಅಂಗೀಕೃತ ಹಾಲ್ ಮಾರ್ಕ್ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಂದ ತಮ್ಮ ಆಭರಣಗಳಿಗೆ ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಮುದ್ರೆ ಪಡೆಯಬೇಕು. ಈ ಅಂಗೀಕೃತ ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಐಎಸ್‌15820:2009ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಚಿವಾಲಯದ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸುಮಾರು 30 ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದು ಇವುಗಳನ್ನು ಬಿಐಎಸ್ ಕಡ್ಡಾಯ ನೋಂದಣಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

**Do you know...
Purity on Hallmark
Gold Jewellery is marked in
carat also?**

22K916
For 22 carat
Jewellery

Assaying Centre's
Identification
mark/number

Mark of Jeweller

**Look for purity in carat
along with fineness**

22K916
for 22 carat

18K750
for 18 carat

14K585
for 14 carat

Bureau of Indian Standards
9 Bahadur Shah Zafar Marg, New Delhi 110002
www.bis.gov.in

ಪಟ್ಟಿ 1 : ಬಿಐಎಸ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಲಿಂಕ್

ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ	ಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿ ವಿಧಾನ	ಸಂಪರ್ಕ	ವಿವರಗಳು
1.	ಗುಣಮಟ್ಟ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ	ಗುಣಮಟ್ಟ ಪತ್ತೆ ಮಾಡುವಿಕೆ / ಹುಡುಕುವಿಕೆ	ಬಿಐಎಸ್ ಮೆನುಬಾರ್‌ನ ಎಡಕ್ಕೆ ಆರ್‌ಟಿಐ ಕೆಳಗೆ ನಿಮ್ಮ ಗುಣಮಟ್ಟ ಗುರುತಿಸಿ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದರೆ ಹುಡುಕುವಿಕೆ ಪುಟ ತೆರೆಯುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವಿವರಗಳು ಅದಕ್ಕೆ ನೀಡಿದ ಪರವಾನಿಗೆ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ವಿವರಗಳು ದೊರಕುತ್ತವೆ.
2.	ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪರವಾನಗಿ / ಪರವಾನಗಿದಾರರು ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ	ಪರವಾನಗಿ ನೀಡಿರುವ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡುವುದು	ಈ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಸರಕುವಾರು ಪರವಾನಗಿ ಮತ್ತು ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದವರ ವಿವರಗಳು ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ.
3.	ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನ ಪರವಾನಗಿ / ಪರವಾನಗಿದಾರರು ಅದರ ಸ್ಥಾನಮಾನದ ವಿವರ ಹಾಗೂ ಅರ್ಜಿದಾರರ ವಿವರಗಳು	ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾಹಿತಿ ಅರ್ಜಿ / ಪರವಾನಗಿ ಸಂಬಂಧವುಳ್ಳ	ಬಿಐಎಸ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನ ಮೇಲಿನ ಮೆನು ಬಾರ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಟ್ಯಾಬ್ ಇದೆ. ಇದನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಉಪಮೆನು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿರುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾಹಿತಿ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಬೇಕು. ನಂತರ ಅರ್ಜಿ/ಪರವಾನಗಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಮತ್ತೊಂದು ಉಪಮೆನು ತೆರೆಯುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಪರವಾನಗಿ ಪಟ್ಟಿ, ಪರವಾನಗಿ ಸ್ಥಾನಮಾನಗಳು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಿರಿ. ಐಎಸ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಗ್ರಾಹಕ ಉಪಯುಕ್ತ ಮಾಹಿತಿ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ.
4.	ಬಿಐಎಸ್ ಗುಣಮಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಮತ್ತಿತರ ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ದೂರುಗಳು	ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ದೂರು ನೋಂದಣಿ	ಬಿಐಎಸ್ ವೆಬ್ ಸೈಟ್‌ನ ಮೆನುಬಾರ್‌ನ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಎನ್ನುವ ಟ್ಯಾಬ್ ಇದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಬರುವ ಉಪಮೆನುವಿನಲ್ಲಿ ದೂರುಗಳನ್ನೂ ದಾಖಲಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳಿವೆ. ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕ ಈ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ತಾನೇ ಸ್ವತಃ ದೂರು ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ತನ್ನ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳನ್ನೂ ಒದಗಿಸಿ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸರಕಿನ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸರಕಿನ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸರಕಿನ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ದೂರುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದನ್ನೂ ತಮ್ಮದೇ ಪರೀಕ್ಷಾ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಅನೇಕ ಸಂಪರ್ಕವುಳ್ಳ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನ್ನು ಬಿಐಎಸ್ ಒದಗಿಸಿ ಕೊಟ್ಟಿದೆ.

ಆ ರೀತಿಯ ಸಂಪರ್ಕದ ಪಟ್ಟಿ 1 ರಲ್ಲಿದೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ಕೇರ್ ಎಂಬ ಸ್ನೇಹಪರ ಮೊಬೈಲ್ ಆಪ್‌ನ್ನು ಬಿಐಎಸ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪಡಿಸಿದ್ದು ಇದು ಬಿಐಎಸ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್

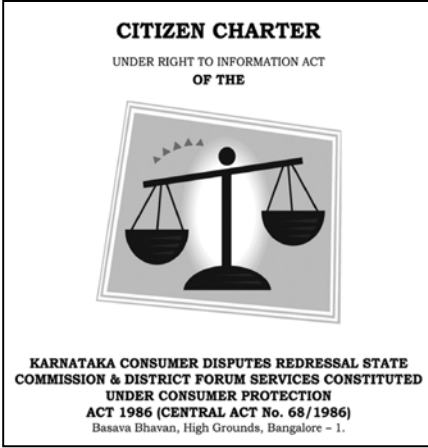


/ ಗೂಗಲ್ ಪ್ಲೇ ಸ್ಟೋರ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದ್ದು ಇದನ್ನು ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಂಡ್ರಾಯಿಡ್ ಅಥವಾ ಐಓಎಸ್ ಫ್ಲಾಟ್ ಫಾರಂ ಮೂಲಕ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಆಪ್‌ನ್ನು ಯಾವುದೇ ಐಎಸ್‌ಐ / ಹಾಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲಿನ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಒಳ್ಳೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದೊರೆಯುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಬಿಐಎಸ್ ಹೀಗೆ ಅವಿರತ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಅನೇಕ ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಕೈಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು ಬಿಐಎಸ್ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗ್ರಾಹಕನು ಸ್ವಯಂ ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ತೆರೆಯುವುದರ ಮೂಲಕ, ಮೊಬೈಲ್ ಆಪ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಮೂಲಕ ಬಿಐಎಸ್ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಸ್ವಯಂ ತೃಪ್ತಿ ಹೊಂದುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. □

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮುಂಚೂಣಿಯ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ



* ಎಂ ನಾಗಲಕ್ಷ್ಮಮ್ಮ

**ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು
ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು
ಹೆಚ್ಚಿನ ಪರಿಣತಿ
ಬೇಕಿರುವುದಿಲ್ಲ,
ನಿಷ್ಠೆಯ ತಜ್ಞರಾಗಬೇಕಿಲ್ಲ
ಅಥವಾ
ವಕೀಲರನ್ನು
ಆಶ್ರಯಿಸಬೇಕಿರುವುದಿಲ್ಲ.
ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ
1986
ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿರುವುದರಿಂದ
ನ್ಯಾಯವಾದಿಗಳ ಲೇವೆ
ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿರದೇ
ಇರುವುದರಿಂದ
ದೂರುದಾರರೇ
ಕಡಿಮೆ ಖರ್ಚಿನಲ್ಲಿ
ದೂರನ್ನು
ಸುಲಭವಾಗಿ ದೂರಿಸುತ್ತದೆ.**

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ವಂಚನೆಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು 1986ರಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯು ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ ಸೆಕ್ಷನ್ 2(ಡಿ) ರನ್ವಯ "ಗ್ರಾಹಕ" ಎಂದರೆ ಹಣ ಪಾವತಿಸಿ ಖರೀದಿಸುವವರು / ಭಾಗಶಃ ಹಣ ಪಾವತಿಸಿ ಉಳಿದ ಹಣವನ್ನು ಮುಂದೆ ಪಾವತಿಸುತ್ತೇನೆಂದು ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡವರು ಹಾಗೂ ಪೂರ್ತಿ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸುತ್ತೇನೆಂದು ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡವರು ಆಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಸರಕು / ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವರು ಅವರ ಜೀವನೋಪಾಯಕ್ಕಾಗಿ / ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ / ಸರಕು ಖರೀದಿಸಿದವರೇ ಉಪಯೋಗಿಸಿದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ವಯ ಗ್ರಾಹಕರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಅಂತಹ ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರು ದಾಖಲಿಸಲು ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆದಿರುತ್ತಾರೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಅಥವಾ ಮರುಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಸರಕನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದ್ದರೆ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿ ಗ್ರಾಹಕನಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂತಹವರು ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಖರೀದಿಸಿದ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ

ಮಾಡಿ ಅದರಿಂದ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ವರಮಾನದಲ್ಲೇ ಜೀವನ ಸಾಗಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಬಳಕೆದಾರ / ಗ್ರಾಹಕ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಮೊದಲು ಖರೀದಿಸಿರುವ ವಸ್ತು ಅಥವಾ ಪಡೆದಿರುವ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ದೋಷವಿರುವುದೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಂಡು ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವ ಮುಂಚೆ ಸರಕನ್ನು ಖರೀದಿಸಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಆಗಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಖುದ್ದಾಗಿ ಅಥವಾ ಪತ್ರ ಮುಖಾಂತರ ತಿಳಿಸಿ, ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಯಾವುದೇ ಪರಿಹಾರ ಅಥವಾ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಪರಿಹಾರ ದೊರೆಯದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗೆ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬಹುದಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪರಿಣತಿ ಬೇಕಿರುವುದಿಲ್ಲ, ವಿಷಯ ತಜ್ಞರಾಗಬೇಕಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ವಕೀಲರನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸಬೇಕಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986 ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ನ್ಯಾಯವಾದಿಗಳ ಸೇವೆ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿರದೇ ಇರುವುದರಿಂದ ದೂರುದಾರರೇ ಕಡಿಮೆ ಖರ್ಚಿನಲ್ಲಿ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಸಲ್ಲಿಸುವ ದಾಖಲೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವ್ಯಾಜ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಸಲ್ಲಿಸುವ ದೂರು

* ಸಹಾಯಕ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಮತ್ತು ಸಹಾಯಕ ಅಡಳಿತಾಧಿಕಾರಿಗಳು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗ, ಬೆಂಗಳೂರು.



ಅಂಗೀಕೃತವಾದಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಅನುಭವಿಸಿದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರ ದೊರೆಯುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ವ್ಯಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಮಾಡಿರುವ ಖರ್ಚನ್ನು ಸಹ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತದ ಮೇಲೆ ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ವೇದಿಕೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ.20.00 ಲಕ್ಷದ ಒಳಗಿದ್ದರೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ರೂ.20.00 ಲಕ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು ರೂ.1.00 ಕೋಟಿಯೊಳಗಿದ್ದರೆ ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ರೂ.1.00 ಕೋಟಿಗಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದರೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986ರನ್ವಯ ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ನಿಗದಿತ ನಮೂನೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ನಮೂನೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಅದರನ್ವಯ ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವಾಗ ದೂರು ದಾಖಲಿಸುವವರ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ದೂರವಾಣಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಯಾರ ವಿರುದ್ಧ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆಯೋ ಅವರ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ನಮೂದಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ನಂತರ ದೂರಿನಲ್ಲಿ ಸರಕಿನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಆಗಿರುವ ದೋಷ / ನ್ಯೂನತೆಯನ್ನು, ವ್ಯಾಜ್ಯ ಸಂಭವಿಸಿರುವ ಸ್ಥಳ, ದಿನಾಂಕ ಹಾಗೂ ವ್ಯಾಜ್ಯ ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾಡಿರುವ ಪ್ರಯತ್ನ, ಪತ್ರಗಳ ಪ್ರತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು

ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ದಾಖಲು ಮಾಡಲು ಈ ಕೆಳಕಂಡ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆ		
1. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 1 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ ಬಡತನ ಬಡತನ ರೇಖೆಗಿಂತ ಕೆಳಗಿರುವ, ಅಂತರ್ಜನ ಅನ್ನು ಯೋಜನಾ ಕಾರ್ಡ್ ಹೊಂದಿರುವವರು	ಯಾವುದೇ ಶುಲ್ಕವಿಲ್ಲ	
2. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 1 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ		ರೂ. 100/-
3. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 1 ಲಕ್ಷದಿಂದ ರೂ. 5 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ		ರೂ. 200/-
4. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 5 ಲಕ್ಷದಿಂದ ರೂ. 10 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ		ರೂ. 400/-
5. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 10 ಲಕ್ಷದಿಂದ ರೂ. 20 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ		ರೂ. 500/-
ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗ		
1. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 20 ಲಕ್ಷದಿಂದ ರೂ. 50 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ		ರೂ. 2,000/-
2. ಕೋರಿರುವ ಪರಿಹಾರದ ಮೊತ್ತ ರೂ. 50 ಲಕ್ಷದಿಂದ ಒಂದು ಕೋಟಿವರೆಗೆ		ರೂ. 4,000/-

ನೀಡಿರುವ ಉತ್ತರ, ಆಗಿರುವ ವ್ಯಾಜ್ಯ / ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಪರಿಹಾರ ಇವುಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ದೂರಿನಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ರಾಮನಗರ ಮತ್ತು ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ 1986ರನ್ವಯ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ನಿಯಮಗಳು 1988ನ್ನು ರೂಪಿಸಿದ್ದು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಒಂದು ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗ ಮತ್ತು 31 ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆಗಳು ರಚನೆಗೊಂಡು 1989-90ರಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.

ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ಆಯೋಗ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆಗಳು ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ, ಸರಳವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ದುಬಾರಿ ವೆಚ್ಚವಿಲ್ಲದಂತೆ ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸುವ ನ್ಯಾಯಿಕ ಸ್ವರೂಪದ ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅರೆ ನ್ಯಾಯಾಂಗ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗ ಅಕ್ಟೋಬರ್-2017ರ ಅಂತ್ಯಕ್ಕೆ 47,731 ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ 31 ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆಗಳು ಅಕ್ಟೋಬರ್-2017ರ ಅಂತ್ಯಕ್ಕೆ 1,87,247 ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸಿರುತ್ತವೆ.

ಇತರೆ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ಆಯೋಗದ ವೆಬ್‌ಜಾಲ ತಾಣ <http://ksdcrc.kar.nic.in> ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾಗಿರುತ್ತದೆ. □



ಗ್ರಾಹಕ ಅರಿವು... ಮಕ್ಕಳ ಪರಿಣು



* ಪರಮೇಶ್ವರಯ್ಯ ಸೊಪ್ಪಿಮಠ



ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು
 ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು
 ಖರೀದಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ
 ಅದರ
 ಲ್ಲಭಾನ, ಬೆಲೆ, ತಯಾರಿಕೆಯು
 ಮತ್ತು
 ವಾಂಛನೆಯು ದಿನಾಂಕ,
 ಸರಕುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ
 ಬಗ್ಗೆ ಲಿದೇಶಪ
 ಮತ್ತು
 ಸರಕುಗಳನ್ನು
 ಉಪಯೋಗಿಸುವಾಗ
 ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ
 ಮುಂಜಾಗ್ರತೆಯು ಬಗ್ಗೆ
 ಎಚ್ಚರದಿರಬೇಕು.
 ಸರಕುಗಳ
 ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ
 ಗಮನವಿರಬೇಕು.

‘ಅನು.. ಅನು... ಬೇಗ ಬಾರೇ, ಶಾಲೆಗೆ ತಡವಾಗಿದೆ. ನಿನ್ನದು ಯಾವಾಗಲೂ ಲೇಟು’, ಎಂದು ಅಮೂಲ್ಯ ಹೇಳುತ್ತಿರುವಾಗಲೇ, ‘ಹ್ಲೂಂ.. ಹ್ಲೂಂ.. ಶೂ ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಿದ್ದೇನೆ... ಹಾಂ.. ಬಂದೆ ನಡಿ’ ಎಂದು ಇಬ್ಬರೂ ಜೊತೆಗೆ ಹೊರಟರು. ಅಮೂಲ್ಯ ನಗುತ್ತಾ ‘ಅದೇನೋ ನಿನ್ನ ಶೂ ಮೊಸಳೆ ಬಾಯಿತರಹ ಆಗಿದೆ. ಗಂ ಬಿಟ್ಟು ಹೋಗಿದೆಯಲ್ಲೇ. ಹೋದ ತಿಂಗಳ ಶಾನೇ ತಂದಿದೀವಿ, ಆಗಲೇ ಕೆಳಗಿಂದು ಕಿತ್ತು ಹೋಯ್ತಾ .’ ಎಂದಳು. ಅನು ‘ಈ ಶೂ ಕಾಲ್ಡಲ್ಲಿ ಸಾಕಾಯ್ತು, ಅಲ್ಲೇ ಅಮೂಲ್ಯ, ಮೊನ್ನೆ ತಾನೆ ತಂದಿದ್ದು. ಹೀಗಾಗಿದೆ ನೋಡು! ಎಂದು ಬೇಸರದಿಂದ ಹೇಳಿದಳು. ಅಮೂಲ್ಯ ‘ಅಲ್ಲ ಕಣೇ.. ಆವತ್ತು ಅಂಗಡಿಯವನು ಮೂರು ತಿಂಗಳೊಳಗೆ ಏನಾದ್ರು ಆದ್ರೆ, ವಾಪಾಸು ಕೊಡಿ. ಹೊಸದನ್ನ ಕೊಡ್ತಿನಿ ಅಂದಿದಾನೆ ಅಂಥಾ ನೀನೇ ಹೇಳಿದ್ದೆ ನೆನಪಿದೆಯಾ?’. ‘ನಡಿ ಹಾಗಾದ್ರೆ... ಅಂಗಡಿ ಅಂಕಲ್ಗೆ ತೋರಿಸಿ, ಹೊಸದನ್ನ ಪಡಕೊಂಡು ಬರೋಣ್ಣಾ’ ಎಂದು ಅನು ಅಂಗಡಿಯತ್ತ ಹೆಜ್ಜೆ ಹಾಕಲಾರಂಭಿಸಿದಳು.

ಅಮೂಲ್ಯ ಸರಿ ನಡೆ ‘ಆದರೆ.... ಅದರ ಬಿಲ್ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದೆಯಾ?’. ಅನು ‘ಇಲ್ಲಾ.... ರಶೀದಿ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಏನಾಯ್ತು?’. ‘ಅಯ್ಯೋ ಪೆದ್ದಿ, ಅಂಗಡಿಯವನು ನನ್ನ ಹತ್ತ ಈ ಶೂ ತಗೊಂಡೇ ಇಲ್ಲಾ ಅಂತಾನೆ! ಗೊತ್ತಾ’ ಎಂದಳು ಅಮೂಲ್ಯ. ಅನು ಬೇಜಾರಿನಿಂದ ‘ಹೌದು ನಾನು ಅವತ್ತು ಬಿಲ್ ತಗೊಂಡಿದ್ದೆ, ಇವತ್ತು ಎಷ್ಟು ಅನುಕೂಲ ಆಗಿತ್ತಲ್ಲಾ?’. ‘ಹೌದು ನಾವು ಕೊಂಡ ಸಾಮಾನುಗಳು ಸುಮಾರಾಗಿದ್ದೆ ವಾಪಾಸು ನೀಡಲು ರಶೀದಿ ಬೇಕೆ ಬೇಕು’ ಎಂದಳು

ಅಮೂಲ್ಯ. ‘ಆದ್ರೂ ಒಂದು ಸಾರಿ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡೋಣ ಬಾ... ಅಂಗಡಿಯವರ ಬಳಿ ವಿಚಾರಿಸೋಣ’ ಎಂದು ಅನು ಹೇಳಿದಳು. ಸರಿ ಎಂದು ಇಬ್ಬರೂ ಅಂಗಡಿ ಬಳಿ ಬಂದರು. ಅಂಗಡಿ ಬಳಿ ಬರುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಅನಿರೀಕ್ಷಿತ ಎಂಬಂತೆ ಅವರ ನೆಚ್ಚಿನ ಶಿಕ್ಷಕರಾದ ಸಂತೋಷಕುಮಾರ್ ಅವರೂ ಅಲ್ಲಿಗೆ ಬಂದಿದ್ದರು. ‘ಏನು ಅನು ಮತ್ತು ಅಮೂಲ್ಯ ಬೆಳಿಗ್ಗೆನೆ ಅಂಗಡಿಗೆ ಬಂದಿದ್ದೀರಿ?’ ಎಂದು ಕೇಳಿದರು. ಅಮೂಲ್ಯ ಇರುವ ಎಲ್ಲಾ ವಿಷಯವನ್ನು ಹೇಳಿದಳು.

‘ನಿಮ್ಮ ಬಳಿ ರಶೀದಿ ಇಲ್ಲಾ ಎಂದ ಮೇಲೆ ನಿಮಗೆ ನ್ಯಾಯ ಸಿಗುವುದು ಕಷ್ಟ. ಒಂದು ಪಕ್ಷ ಬಿಲ್ ಇದ್ದು ಅಂಗಡಿಯವರು ನಿಮಗೆ ತೊಂದರೆ ಮಾಡಿದರೆ ಆಗ ನೀವು, ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಹೋಗಿ, ನಿಮಗಾದ ಅನ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ನ್ಯಾಯ ಪಡೆಬಹುದು’ ಎಂದರು. ಅಮೂಲ್ಯ ‘ಸಾರ್, ಗ್ರಾಹಕ ಅಂದರೆ? ಅಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ತಿಳಿಸಿ ಸಾ’ ಎಂದು ಕೇಳಿದಳು. ‘ನೋಡಿ ಇವತ್ತು ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯ ಹಾಗೂ ಈ ಕುರಿತ ಕಾನೂನುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಉಪನ್ಯಾಸವಿದೆ. ಬನ್ನಿ ಬೇಗ ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗೋಣ. ಅದನ್ನು ಕೇಳಿದ ಮೇಲೆ ಮತ್ತೆ ನಾವು ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಏನೇನು ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಚರ್ಚಿಸೋಣ’ ಎಂದರು. ‘ಆಯ್ತು ಸಾರ್’ ಎಂದು ಎಲ್ಲರೂ ಶಾಲೆ ಕಡೆಗೆ ನಡೆದರು. ಶಾಲೆಯನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಲೇ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ “ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂರಕ್ಷಣೆ” ವಿಷಯ ಕುರಿತು ಉಪನ್ಯಾಸ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿತ್ತು. ಅನು ಮತ್ತು ಅಮೂಲ್ಯ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಉಪನ್ಯಾಸಕರು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬರೆದುಕೊಳ್ಳಲಾರಂಭಿಸಿದರು.

* ಶಿಕ್ಷಕರು, ಸ.ಮಾ.ಹಿ.ಪ್ರಾ.ಶಾಲೆ, ಮಾಲವಿ, ಹಗರಿಯೊಮ್ಮನಹಳ್ಳಿ, ಬಳ್ಳಾರಿ ಜಿಲ್ಲೆ-583212.

ಗ್ರಾಹಕ ಎಂದರೇ....

ಇಂದಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯಾಪಾರವು ಗ್ರಾಹಕನನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ 'ರಾಜ'ನೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿಲಾಷೆಗಳನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಆದರೆ, ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಪೈಪೋಟಿ, ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಪಾಲನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಕೆಲವರು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ವಂಚಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅವನ ರಕ್ಷಣೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಎಂದರೆ, ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸಿ ಅಥವಾ ಕೊಡುತ್ತೇನೆ ಎಂದು ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಂತ ಅಥವಾ ಅನ್ಯರ ಉಪಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ ಖರೀದಿಸುವವನನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ವ್ಯವಹಾರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವವರನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಎನ್ನುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಅನ್ಯಾಯ ಆಗುವುದನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಕಾಪಾಡಬೇಕಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕನ ಭೌತಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಶೋಷಣೆಯಿಂದ ಕಾನೂನಿನ ಅಥವಾ ಇತರೆ ವಿಧಾನಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕನನ್ನು ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಯಲ್ಲಿ ಕೊರತೆ, ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ಜಾಹಿರಾತು, ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕುಗಳು, ಕಲಬೆರಕೆ, ಕಾಳಸಂತೆ ವ್ಯಾಪಾರ, ಕೃತಕ ಅಭಾವ ಸೃಷ್ಟಿಸುವ, ಮಾರಾಟ ನಂತರದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಿರಾಕರಿಸುವ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ ಪಟ್ಟಿ ನೀಡದೇ ಶೋಷಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಂದರೆ ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕನ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವುದು ಎನ್ನಬಹುದು.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಹಾದಿ.....

ಗ್ರಾಹಕನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದರೂ, ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ಅವನನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿವೆ. ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ



ಸಾವಿರಾರು ಬಗೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುವ ಖಾಸಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳವರೆಗೂ ಯಾರಿಗೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ನಿಜವಾದ ಬದ್ಧತೆ ಇಲ್ಲ. ಇದನ್ನು ಗಮನಿಸಿದ ಅಮೆರಿಕದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದ ಜಾನ್.ಎಫ್. ಕೆನಡಿ ಮಾರ್ಚ್ 15, 1962ರಂದು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ ಕಾಯುವ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಉದ್ದೇಶಿಸಿ ಒಂದು ಅದ್ಭುತವಾದ ಭಾಷಣ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲಿಂದ ಈ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚು ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಗ್ರಾಹಕನನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲೆಲ್ಲಿ ಆತನಿಗೆ ಅನ್ಯಾಯವಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಕೆಲವು ಮಹತ್ವದ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಲು ಹೊಸ ಕಾನೂನುಗಳ ಉದಯಕ್ಕೆ ಇದು ನಾಂದಿಯಾಯಿತು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಜ್ಞಾನ ನೀಡಬೇಕಿದೆ. ಬಹುತೇಕವಾಗಿ ನಾವು ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯಕ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಶಿಕ್ಷಣ ಹಾಗೂ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಇಂದು ನಾವು ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಉಪನ್ಯಾಸ ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಮುಖಾಂತರ ರಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರು ಅಸಂಘಟಿತರಾಗಿರುವುದರಿಂದ ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅವರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಸಂಘಟಿತರಾಗಬೇಕಿದೆ. ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಪದ್ಧತಿಗಳಾದ ಕಲಬೆರಕೆ, ಕಾಳಸಂತೆ ವ್ಯಾಪಾರ, ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಯಲ್ಲಿ ಕೊರತೆ, ವಂಚನೆಯ ಜಾಹಿರಾತು, ಮುಂತಾದವುಗಳಿಂದ

ಗ್ರಾಹಕನನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕನ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚು ಮಾಲ್ಯ ಬಂದಿದೆ. ಇದೆಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ಕಡೆಯಿಂದ ತಕ್ಷಣ ಆಗಬೇಕಾದ ಕೆಲಸಗಳು.

ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ...

ಅಷ್ಟು ಹೊತ್ತು ಸುಮ್ಮನೆ ಬರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಅನುಗೆ ತಡೆದು ಕೊಳ್ಳಲು ಆಗಲಿಲ್ಲ ಎದ್ದು 'ಸಾರ್ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿಯೂ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಕಾಯಿದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಲಾಗಿದೆಯಾ?' ಎಂದಳು. ಉಪನ್ಯಾಸಕರು 'ಹೌದು ಪುಟ್ಟಿ, ನಮ್ಮ ಭಾರತ ದೇಶವೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು 1986 ಡಿಸೆಂಬರ್ 24ರಂದು ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಡಿಸೆಂಬರ್ 24ರಂದು 'ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ದಿನ' ಆಚರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾಯಿದೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ದೋಷಪೂರಿತ ವಸ್ತುಗಳು, ಅತ್ಯಪಿದಾಯಕ ಸೇವೆಗಳು, ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಪದ್ಧತಿಗಳು ಹಾಗೂ ಇತರೆ ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶದ ಅಂಶಗಳಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೆಲವು ಮಹತ್ವದ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಈ ಕಾಯ್ದೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ದೂರುಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಇತ್ಯರ್ಥ ಪಡಿಸಲು ಕಾಲಮಿತಿಯ ಷರತ್ತನ್ನು ವಿಧಿಸಿದೆ. ಈ ಕಾನೂನು ಶೀಘ್ರ ಹಾಗೂ ಮಿತವ್ಯಯಕಾರಿಯಾಗಿ ದೂರುಗಳನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಶೋಷಣೆಯ ವಿರುದ್ಧ ಕೇವಲ ಬಿಳಿಹಾಳೆಯಲ್ಲಿ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾನೂನಿನನ್ವಯ ಜಿಲ್ಲಾ, ರಾಜ್ಯ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಮಂಡಳಿಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮಂಡಳಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಅವರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುತ್ತಿದೆ' ಎಂದರು.

ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಹಕ್ಕುಗಳು.....

ತಕ್ಷಣ ಅಮೂಲ್ಯ ಎದ್ದು ನಿಂತು 'ಅಲ್ಲ ಸಾರ್, ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ

ಹಕ್ಕುಗಳಿವೆ ಎಂದಿರಿ. ಹಾಗಾದರೆ ಅವು ಯಾವುವು ಸಾ?' ಎಂದು ಕೇಳಿದಳು.

'ಒಳ್ಳೆ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕೇಳಿದ ಮಗು' ಎನ್ನುತ್ತಾ ಉಪನ್ಯಾಸಕರು 'ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯ, 1986 ಅನ್ವಯ ನಮ್ಮ ದೇಶವು ಆರು ಹಕ್ಕುಗಳು ಹಾಗೂ ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯೂ ಎರಡು ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನೀಡಿದೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾ ಅವುಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾರಂಭಿಸಿದರು. ಈ ಕಾನೂನು ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಹಕ್ಕು ನೀಡಿದೆ. ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೋಗ್ಯ ಹಾಗೂ ಜೀವಕ್ಕೆ ಹಾನಿಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡುವ ಉತ್ಪಾದನಾ ಮತ್ತು ಇತರೆ ನ್ಯೂನತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಆಹಾರ ವಸ್ತುಗಳು, ಔಷಧಿ, ವಿದ್ಯುತ್ ಉಪಕರಣಗಳು, ಗ್ಯಾಸ್ ಸಿಲಿಂಡರ್‌ಗಳು, ಕುಕ್ಕರ್‌ಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು ಇದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಖರೀದಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಸರಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಂದರೆ ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣ, ಗುಣಮಟ್ಟ, ಬೆಲೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಹಾಗೂ ಅದರ ಅಂತಿಮ ದಿನಾಂಕ ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೈಜ ಹಾಗೂ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಈ ಕಾನೂನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಇಷ್ಟ, ಅವರ ಆಯ್ಕೆಯ ಹಕ್ಕು. ಮಾರಾಟಗಾರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಂತೆ ಒತ್ತಾಯಪೂರ್ವಕ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡರೂ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸರಕುಗಳಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಕ್ಕನುಗುಣವಾದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಕುಂದು ಕೊರತೆ ಆಲಿಸುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಈ ಕಾಯ್ದೆ ನಮಗೆ ನೀಡಿದೆ. ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಖರೀದಿಸಿದ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ಅತ್ಯುತ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಅದೇ ರೀತಿ ಅನೇಕ ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಸೇವಾ ಹಾಗೂ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಆಲಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಇದು ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ



ಹಕ್ಕು ಇದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಖರೀದಿಸಿದ ವಸ್ತುಗಳಲ್ಲಿ ದೋಷಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಪಡೆಯುವ ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ನ್ಯೂನತೆಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಬದಲಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಅಥವಾ ದೋಷಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಾಗೂ ಸರಕುಗಳ ಖರೀದಿಯಿಂದಾದ ನಷ್ಟವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅನು ಮತ್ತು ಅಮೂಲ್ಯ ತಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳಗಿನ ತಮ್ಮ ಶೂ ಪ್ರಕರಣ ತಲೆಯಲ್ಲಿ ಹಾದು ಹೋಯಿತು. ಉಪನ್ಯಾಸಕರು ಮುಂದುವರೆದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಹಕ್ಕು ಇದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜ್ಞಾನ ಹಾಗೂ ಪರಿಣಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಹಕ್ಕುಗಳ ಜೊತೆಗೆ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆಯು ಎರಡು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡಿದೆ. ಮೂಲಭೂತ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕು. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕನು ಗೌರವಯುತ ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮೂಲಭೂತ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಾದ ಆಹಾರ, ಕುಡಿಯುವ ನೀರು, ಉಡುಪು, ವಸತಿ, ಆರೋಗ್ಯ, ಶಿಕ್ಷಣ ಹಾಗೂ ನೈರ್ಮಲ್ಯಯುತ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ. ಜೊತೆಗೆ ಮಾಲಿನ್ಯಮುಕ್ತ ಪರಿಸರವನ್ನು ಪಡೆಯುವ

ಹಕ್ಕು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣ ವಾತಾವರಣವು ಮಾನವನ ಜೀವನದ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಹಕ್ಕಿನ ಅನ್ವಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ, ಶಾಂತಿಯುತ ಹಾಗೂ ಮಾಲಿನ್ಯರಹಿತ ಪರಿಸರವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಕರ್ತವ್ಯಗಳು.....

ಆಗ ಶಿಕ್ಷಕ ಸಂತೋಷ್ ಅವರು ಎದ್ದು ನಿಂತು 'ಸಾರ್ ತವು ಅತ್ಯಂತ ಉತ್ತಮ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಿರಿ. ತಮಗೆ ಮೊದಲಿಗೆ ನನ್ನ ಅಭಿನಂದನೆಗಳು. ನನ್ನದೂ ಒಂದು ಪ್ರಶ್ನೆ ಇದೆ. ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹಕ್ಕುಗಳಿವೆ ಅದರ ಜೊತೆ ಜೊತೆಗೆ ಕರ್ತವ್ಯಗಳೂ ಇರುವೆಯಾ?' ಎಂದು ಹೇಳಿದರು.

ಉಪನ್ಯಾಸಕರು 'ತಮ್ಮ ಅಭಿಮಾನಕ್ಕೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳು ಸಾರ್. ತಾವು ಹೇಳಿದಂತೆ ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕ ಹಿತರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯು ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಕೆಲವು ಮಹತ್ವದ ಕರ್ತವ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಿದೆ. ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಒಂದೇ ನಾಣ್ಯದ ಎರಡು ಮುಖಗಳಿದ್ದಂತೆ ಅಲ್ಲಾ' ಎನ್ನುತ್ತಾ ಅವುಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಲಾರಂಭಿಸಿದರು. ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಹೊಂದುವುದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ದೊರೆಯುವ ಹಕ್ಕುಗಳಾದ ಸುರಕ್ಷತೆ, ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಹಾಗೂ ಇತರೆ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅರಿವು ಇರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಸರಕುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿರ್ಧರಿಸಿದ ಬಿ.ಐ.ಎಸ್, ಅಗ್-ಮಾರ್ಕ್, ಹಾಲ್-ಮಾರ್ಕ್, ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ದೂರು ನೀಡಲು ಹಿಂಜರಿಯಬಾರದು. ತಪ್ಪು ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ದಿಕ್ಕು ತಪ್ಪಬಾರದು. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ವಾಸ್ತವಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆಯೆಂದು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಾನೆ. ಆದರೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ನೈಜ ಗುಣವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ, ತಮ್ಮ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ

ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ಅವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿ. ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ನಗದು ರಶೀದಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಖರೀದಿಸಿದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಪುರಾವೆಗಾಗಿ ನಗದು ರಶೀದಿಯನ್ನು ಕೇಳಿ ಪಡೆಯಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ. ಬಳಕೆದಾರ ಸದಾ ಎಚ್ಚರದಿಂದಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ತಾವು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದರ ಸ್ವಭಾವ, ಬೆಲೆ, ತಯಾರಿಕೆಯ ಮತ್ತು ವಾಯಿದೆಯ ದಿನಾಂಕ, ಸರಕುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ದೇಶನ ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವಾಗ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಮುಂಜಾಗ್ರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರದಿಂದಿರಬೇಕು. ಸರಕುಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನವಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಬೇಕು. ಕಳ್ಳಸಾಗಾಣಿಕೆ, ಕಾಳಸಂತೆಯ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಬಾರದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಸಂಘಟನೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪಾದಕ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅನೈತಿಕ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಣೆ ಪಡೆಯಲು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಮರೆಯಬಾರದು. ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಣೆ ನಮ್ಮ ಹೊಣೆ. ಅವಸರದಲ್ಲಿ ಯಾವುದನ್ನೂ ಖರೀದಿಸಬಾರದು. ಇವುಗಳನ್ನು ನಾವು ಸರಿಯಾಗಿ ಪಾಲಿಸಿದರೆ ನಮ್ಮನ್ನು ಯಾರೂ ಮೋಸಗೊಳಿಸಲಾರರು.

ಗ್ರಾಹಕನ ದೂರು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ....

‘ಸಾರ್ ಇವತ್ತು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ನಮಗೆ ವಿಶೇಷ ದಿನ. ನಮಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಅಗತ್ಯವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಾವು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದೀರಿ. ಆದರೆ ನಮಗೆ ತೊಂದರೆಯಾದಾಗ ಯಾರು ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು? ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಿ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು? ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿಸುತ್ತೀರಾ’ ಎಂದಳು ಅಮೂಲ್ಯ.

ದೂರನ್ನು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. ತಮಗೆ ಆಗಿರುವ ಅನ್ಯಾಯವನ್ನು ಸರಿ ಪಡಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕ ನೇರವಾಗಿ ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. ಇಲ್ಲವೇ, ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ



ಒಬ್ಬ ಅಥವಾ ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕರು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ನೊಂದಾಯಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಯಿಂದಲೂ ದೂರನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಕೇಂದ್ರ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. ಕೆಲವು ಸಾರಿ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಧನರಾಗಿದ್ದರೆ ಅವರ ವಾರಸುದಾರರು ದೂರನ್ನು ದಾಖಲಿಸಲು ಅರ್ಹರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ನೀಡುವ ದೂರಿನಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಮತ್ತು ದೂರಿನ ವಿವರ, ಎದುರು ಕಕ್ಷಿದಾರನ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಮತ್ತು ವಿವರ, ಯಾವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ಅನ್ಯಾಯವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ, ದೂರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ದಾಖಲೆಗಳು, ತಾವು ಯಾವ ರೀತಿ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಎಂಬುವುದರ ಕುರಿತ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅದರಲ್ಲಿ ದಾಖಲಿಸಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ದೂರುಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯಿದೆ-1986ರ ಪ್ರಕಾರ ಮೂರು ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರತಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯಾಜ್ಯಗಳ ಪರಿಹಾರ ವೇದಿಕೆ ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅವು ದೂರುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಒಂದು ಪಕ್ಷ ಜಿಲ್ಲಾ ನ್ಯಾಯಾಲಯವು ನೀಡಿರುವ ಆದೇಶವು ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆಯ ಆದೇಶವಾದ 30 ದಿನಗಳೊಳಗಾಗಿ ರಾಜ್ಯ ಸಮಿತಿಗೆ ಅದೇ ರೀತಿ ರಾಷ್ಟ್ರ ಸಮಿತಿಗೆ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಸಲ್ಲಿಸಿ ನ್ಯಾಯ ಪಡೆಯಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಈ ಕಾನೂನಿನ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಅನ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ಒಳಗಾದ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಾವಿರ ದಿಂದ ಹಿಡಿದ ಕೋಟಿ ರುಪಾಯಿಗಳ ವರೆಗೆ

ಹಣವನ್ನು ಪಡೆದಿರುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆಗಿರುವ ಅನ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಹಾರವು ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಹಾನಿ ಅಥವಾ ಪರೋಕ್ಷ ಹಾನಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಅದನ್ನು ದೈಹಿಕ, ಮಾನಸಿಕ ಅಥವಾ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಆಘಾತ, ಅವಮಾನ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಹಾನಿಗೂ ವಿಸ್ತರಿಸಬಹುದು. ಆಯೋಗ ಅಥವಾ ವೇದಿಕೆಯು ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನಷ್ಟೆ ಅಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕನು ಅನುಭವಿಸಿದ ವೇದನೆಗೂ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಅಧಿನಿಯಮದಡಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾದ ಆದೇಶ ಪಾಲಿಸದಿದ್ದರೆ ಸಂದರ್ಭಾನುಸಾರ ಜಿಲ್ಲಾ ವೇದಿಕೆ, ರಾಜ್ಯ ಆಯೋಗ ಅಥವಾ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಯೋಗವು ಆದೇಶವನ್ನು ಪಾಲಿಸದ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಆಸ್ತಿಯನ್ನು ಜಪ್ತಿ ಮಾಡಲು ಆದೇಶಿಸಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕ ವೇದಿಕೆ, ರಾಜ್ಯ, ದೇಶದ ಆಯೋಗದ ಆದೇಶ ಪಾಲಿಸದಿದ್ದರೆ, ಅಂತಹ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಕ್ರಿಮಿನಲ್ ಮೊಕದ್ದಮೆ ಹೂಡುವ ಅವಕಾಶವೂ ಇದೆ.

ಏಳು ಎದ್ದೇಳು ಗ್ರಾಹಕ....

‘ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಈ ಕಾನೂನಿನಲ್ಲಿ ಇದೆ ಅಂತ ನೀವು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದೀರಿ. ಆದರೆ ನಮಗೆ ಇದುವರೆಗೂ ಯಾರೂ ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಳಿಯೇ ಇಲ್ಲ ಸಾರ್’ ಎಂದು ಅನು ತನ್ನ ತಲೆಯಲ್ಲಿರುವ ಅನುಮಾನವನ್ನು ಹೊರಹಾಕಿದಳು. ಉಪನ್ಯಾಸಕರು ‘ನೀನು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದು ಸತ್ಯ. ಆ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ತಕ್ಕ ಕೆಲಸಗಳು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಮುಟ್ಟಿಲ್ಲ ಎನ್ನುವುದು ಸತ್ಯ. ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಅದು ಇನ್ನೂ ಕಾಲಿಟ್ಟಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಏನೂ ನಡೆದೇ ಇಲ್ಲ ಎಂದರೆ ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿ ದೊರತದ್ದು ಕೇವಲ ಮೂವತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದಷ್ಟೇ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಅಧಿನಿಯಮದ ಫಲವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಚರ್ಚೆ ಅರಂಭವಾಗಿದೆ. ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಆರಂಭವಾಗಿವೆ. ಇದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಿದ ಸರ್ಕಾರ

ವಿವಿಧ ಯೋಜನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಉಂಟು ಮಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲದರ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಸ್ವಲ್ಪಮಟ್ಟಿಗೆ ಫಲ ನೀಡಿವೆ'.

ಶಾಲಾ ಕಾಲೇಜುಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ....

ತಕ್ಷಣ ಅಮೂಲ್ಯ 'ಸಾರ್ ನಮ್ಮ ಶಾಲಾ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಈ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಏನಾದರೂ ಅವಕಾಶಗಳಿವೆಯಾ?' ಎಂದಳು. 'ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಶೋಷಣೆ, ಕೊಳ್ಳುಬಾಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಯನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಕ್ಕು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಉಂಟುಮಾಡಬೇಕೆಂಬ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಲು ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರೌಢಶಾಲೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್ ಅಥವಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಗ್ರಾಹಕ ಕೂಟ ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಅದರ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವುದು ಈ ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶ. ಕೇಂದ್ರದ ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಇಲಾಖೆ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಆಹಾರ, ನಾಗರಿಕ ಸರಬರಾಜು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಇಲಾಖೆ ಇದರ ಮುಂದಾಳತ್ವವನ್ನು ವಹಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಘಟನೆಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ವಹಿಸಿದೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ಮಾಹಿತಿ ಕೇಂದ್ರ ಇತ್ಯಾದಿ ನಾಗರಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ವಹಿಸಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರತಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲೂ ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡಿರುವ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ಈ ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳನ್ನು ವಹಿಸಿಕೊಟ್ಟಿದೆ'.

ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಇನ್ನಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಲು ಶಾಲೆಯ ಮುಖ್ಯೋಪಾಧ್ಯಾಯರು ಮತ್ತು ಬಿಇಟಿ ಹೆಚ್ಚು ಅಸಕ್ತಿವಹಿಸಬೇಕು. ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಇಲಾಖೆಯು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಗೆ ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಆದೇಶ ನೀಡಬೇಕು. ಆದೇಶದ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ

ಕ್ರಮ ವಹಿಸಬೇಕು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನಿಗದಿಯಾದ ಅನುದಾನವನ್ನು ಸಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸರಿಯಾದ ಬಳಕೆಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುವುದು ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ಪದವಿಪೂರ್ವ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆ ಪರಿಸರ ಶಿಕ್ಷಣದ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಡಿರುವ ಕ್ರಮವನ್ನು ಮೆಚ್ಚಬೇಕು. ಇಲಾಖೆಯು ಸುತ್ತೋಲೆಯನ್ನು ಹೊರಡಿಸಿ, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲೂ ಪರಿಸರ ಕ್ಲಬ್ ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಹೇಳಿದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಅನುದಾನವನ್ನೂ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ನಾಲ್ಕಾರು ಪುಟಗಳ ಕೈಪಿಡಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿದೆ. ಪರಿಸರ ಶಿಕ್ಷಣದ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳು ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸಿದೆ. ಇದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ವಿಷಯದಲ್ಲೂ ಅನುಸರಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಶಿಕ್ಷಕ ಸಂತೋಷ್ ಅವರು 'ಹಾಗಾದರೆ ನಮ್ಮ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಫಲವಾಗಬೇಕಾದರೆ, ಪಠ್ಯಸಾಮಗ್ರಿ ಅವಶ್ಯಕ, ಅಲ್ಪಾ ಅವು ಎಲ್ಲಿವೆ? ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ ಸಾರ್' ಎಂದು ಕೇಳಿದರು. ಉಪನ್ಯಾಸಕರು 'ನಿಮ್ಮ ಮಾತು ಅಕ್ಷರ ಸಹ ಸತ್ಯ. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅರ್ಥ, ಅದರಲ್ಲಿರಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳು, ಪಾಠಗಳು, ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳು ನಡೆಸಬಹುದಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ಕೈಪಿಡಿ ಅಥವಾ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ ನಮ್ಮ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರ ಪರಿಣಾಮ ಉಂಟುಮಾಡಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಗ್ರಾಹಕ ಕಾನೂನುಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ತಿಳಿಸಿಕೊಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವೆಂದರೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆ ಎಂಬ ತಪ್ಪು ಅಭಿಪ್ರಾಯವೇ ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ. ಇದಕ್ಕೂ ಮೀರಿ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಮುಂದುವರಿಯಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಕಾನೂನುಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂರಚನೆ, ಅನುಚಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪದ್ಧತಿಗಳು, ಕೊಳ್ಳುಬಾಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಅತಿಯಾದ ಖರೀದಿಯಿಂದ ಆಗುವ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳು, ಪೋಷಕರು ನೀಡುವ ಹಣವನ್ನು ಖರ್ಚು ಮಾಡುವ ಹಾಗೂ ಉಳಿತಾಯ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನ, ಸರಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಬಗ್ಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದವರು ಹೆಚ್ಚು

ಗಮನ ಹರಿಸಿದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ'. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಇಂದಿಗೂ ಕೆಲವು ಗೊಂದಲಗಳಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವುದು ಹೇಗೆ? ಎಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ? ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಸ್ಪಷ್ಟ ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಲ್ಲ. ಈಗಾಗಲೇ ಕೆಲವು ತರಗತಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಕುರಿತು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಅದು ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಸಾಮಗ್ರಿ ಇದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಸಾಲದು. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡುವ ಸಮರ್ಥ ಶಿಕ್ಷಕರ ತಯಾರು ಮಾಡಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ, ಪಾಠ ಹೇಳಿಕೊಡುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಕೊರತೆ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಮುನ್ನ ಶಿಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ವಿವಿಧ ಅಯಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಸರ್ಕಾರಿ ಜೊತೆಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಖಾಸಗಿ ಶಾಲೆ ಮತ್ತು ಕಾಲೇಜುಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತ. ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರೌಢಶಾಲೆಯಿಂದ ಆರಂಭಿಸಿ, ಪದವಿಪೂರ್ವ ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಾ ಪದವಿ ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಿಷಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಿದೆ. ಆದರೆ ಇದು ಒಂದೇ ಸಾರಿಗೆ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ, ನಿಧಾನವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಎಂದು ಹೇಳಿ ಉಪನ್ಯಾಸವನ್ನು ಮುಗಿಸಿದರು. ಶಿಕ್ಷಕ ಸಂತೋಷ್ ಅವರು 'ಮಾನ್ಯರೇ ಈ ದಿನ ನಮಗೆ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಶಾಲಾ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ತಾವು ಗ್ರಾಹಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಕುರಿತು ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ. ನಿಮ್ಮ ಉಪನ್ಯಾಸದ ಫಲವಾಗಿ ಇಂದೇ ನಮ್ಮ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ನಾವು "ಮಕ್ಕಳ ಗ್ರಾಹಕ ಕ್ಲಬ್" ರಚಿಸುತ್ತೇವೆ. ಅಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷರಿಂದ ಅಗತ್ಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಿಸುತ್ತೇವೆ. ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ವಿವಿಧ ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್ ನೀಡಿ, ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಸೂಚಿಸುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ಶಾಲಾ ಮಕ್ಕಳ ಪಾಲಕರ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಈ ವಿಷಯ ಕುರಿತು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ಶಾಲಾ ಮಕ್ಕಳಿಂದ ಈ ಕುರಿತು ಒಂದು ಬೀದಿ ನಾಟಕವನ್ನು ಮಾಡಿಸುವ ಯೋಜನೆಯನ್ನೂ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಈ ಕುರಿತು ನಮ್ಮ ಕಣ್ಣು ತೆರೆಸಿದ ನಿಮಗೆ ನಮ್ಮ ಶಾಲೆಯ ಮಕ್ಕಳ ಪರವಾಗಿ ಅನಂತ ವಂದನೆಗಳು' ಎಂದು ಹೇಳಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸಿದರು. □

ಸ್ವಚ್ಛ - ಶೌಚಾಲಯ



* ಜಗದೀಶ್ ಬಾಬು



ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಡಿವಾಳ ಗ್ರಾ.ಪಂ

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2,
2017ರ

ಮಹಾತ್ಮಾಗಾಂಧಿ
ಜಯಂತಿಯಂದು

6 ಜಿಲ್ಲೆಗಳು,
(ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ರಾಮನಗರ,
ಮಂಡ್ಯ, ಕೋಲಾರ
ಮತ್ತು

ಹಾಸನ ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು)

51 ತಾಲ್ಲೂಕುಗಳು,
1836 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳು,

ಹಾಗೂ
10,385

ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು
“ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ್ ಮುಕ್ತ”
ಎಂದು ಘೋಷಿಸಿಲಾಗಿದೆ.

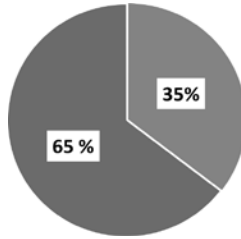
ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕುಟುಂಬವೂ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಿ ಬಳಸುವಂತೆ ಮಾಡಿ “ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ್ ಮುಕ್ತ” ಮಾಡುವುದು ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಮಿಷನ್ ಯೋಜನೆ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ
ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಕಿರು ನೋಟ

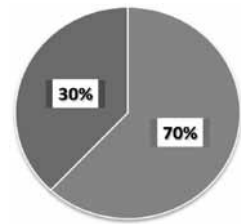
ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ 2012-13ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿದ ಬೇಸ್‌ಲೈನ್ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಂತೆ

85.14ಲಕ್ಷ ಕುಟುಂಬಗಳಿದ್ದು, 30.15ಲಕ್ಷ ಕುಟುಂಬಗಳು ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿದ್ದು, 54.99ಲಕ್ಷ ಕುಟುಂಬಗಳು ಶೌಚಾಲಯರಹಿತವಾಗಿರುತ್ತವೆ. 2013-14 ರಿಂದ 2016-2017ರವರೆಗೆ ಒಟ್ಟು 28.35ಲಕ್ಷ ವೈಯುಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಉಳಿದಿರುವ ಇನ್ನೂ 26.64 ಲಕ್ಷ ವೈಯುಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯಗಳನ್ನು 2ನೇ, ಅಕ್ಟೋಬರ್-2018ರೊಳಗೆ ನಿರ್ಮಿಸಿ “ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ್ ಮುಕ್ತ” ರಾಜ್ಯವನ್ನಾಗಿಸಲು ಗುರಿ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ

ವೈಯುಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯಗಳ ಪ್ರಗತಿ: (ಮಾರ್ಚ್-2016-17ರವರೆಗೆ)



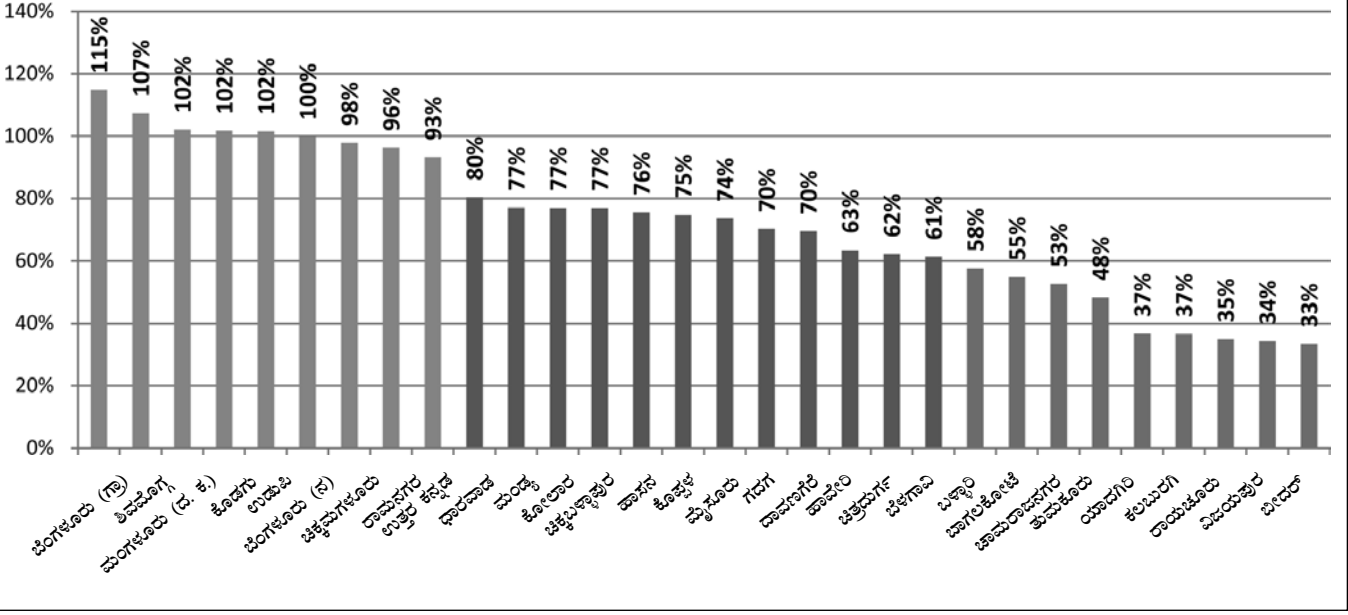
- * 2012-13ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಸ್‌ಲೈನ್ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- * ಅದರಂತೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 85,14,554 ಕುಟುಂಬಗಳಿವೆ,
- * 30,15,284 (ಶೇ. 65) ಕುಟುಂಬಗಳು ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ.



- * ಶೌಚಾಲಯ ರಹಿತ 54, 99,270 ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು 2ನೇ ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2018ರೊಳಗೆ ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ್ ಮುಕ್ತ ಮಾಡುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಿದ್ದು ‘ಶೌಚಾಲಯಕ್ಕಾಗಿ ಸಮರ’ ಎಂಬ ವಿನೂತನ ಘೋಷಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಬಳಕೆಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪಿಸಲಾಯಿತು.
- * ವರ್ಷಾವಾರು ಶೌಚಾಲಯಗಳ ಪ್ರಗತಿ
- * 2013 -14ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 5,05,517
- * 2014-15ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 8,76,919
- * 2015-16ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 7,08,309
- * 2016-17ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 7,44,519
- ಒಟ್ಟಾರೆ 28, 35,264 ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ಮೂಲಕ ಶೇಕಡ 35 ರಷ್ಟಿದ್ದ ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿರುವ ಕುಟುಂಬಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಸೇಕಡ 70ಕ್ಕೆ ಏರಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

* ಹೆಚ್.ಆರ್.ಡಿ. ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಮಿಷನ್, ಆರ್‌ಡಿಪಿಆರ್., ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ.

ಜಿಲ್ಲಾವಾರು ಪ್ರಗತಿಯ ವಿವರ



ಮತ್ತು ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡದ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಿ ಬಳಸುವಂತೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಯೋಜನೆಯಡಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ರೂ.12,000/-ಗಳೊಂದಿಗೆ ಎಸ್.ಸಿ.ಪಿ / ಟಿ.ಎಸ್.ಪಿ ಯಡಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ರೂ.3,000/-ಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿ ಶೌಚಾಲಯಕ್ಕೆ ಒಟ್ಟು ರೂ.15,000/-ಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಗೌರವ ಯೋಜನೆ

ಗ್ರಾಮೀಣ ಗೌರವ ಯೋಜನೆಯಡಿ ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ ಮತ್ತು ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಶೌಚಾಲಯದ ಜೊತೆಗೆ ಸ್ನಾನದ ಗೃಹಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ರೂ.20,000/-ಗಳ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಧನ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ್ದು, ಅನುದಾನದ ವಿವರವನ್ನು ಮುಂದೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಇತರೆ ಜನಾಂಗದ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ ಯೋಜನೆಯಡಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯಕ್ಕೆ ನೀಡುವ ರೂ. 12,000/- ಗಳ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಧನ ಸೇರಿ, ಮಾನ್ಯ ಶಾಸಕರ ಪ್ರದೇಶಾಭಿವೃದ್ಧಿ ನಿಧಿಯಿಂದ ವಂತಿಗೆ

ರೂಪದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ರೂ.6,000/- ಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುವುದು.

ಸಮುದಾಯ ಶೌಚಾಲಯ ಜೊತೆಗೆ ಸ್ನಾನಗೃಹ ಸಂಕೀರ್ಣಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸಲು ಜನರಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ರೂಢಿ ಮಾಡಿಸುವಂತಹ ಹಾಗೂ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಜಾಗದ ಸಮಸ್ಯೆ ಇರುವಂತಹ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಸಮುದಾಯ ಶೌಚಾಲಯದ ಜೊತೆಗೆ ಸ್ನಾನಗೃಹ ಸಂಕೀರ್ಣವನ್ನು ರೂ.30.00 ಲಕ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಯೋಜನೆ ರೂಪಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಮುದಾಯ ಶೌಚಾಲಯ ಸಂಕೀರ್ಣವು ಪುರುಷರಿಗೆ ಹಾಗೂ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಶೌಚಾಲಯ, ಸ್ನಾನಗೃಹ ಕೊಠಡಿಗಳು, ಬಟ್ಟೆ ತೊಳೆಯುವ ಕಟ್ಟಿಗೆಳು, ವಾಷಿಂಗ್ ಮಷಿನ್, ವಿಕಲಚೇತನರಿಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತಹ

ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣಕರ ಕೊಠಡಿ, ಹಾಗೂ ನಿರಂತರ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ನೀರಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯುತ್ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. 2016-17ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ ಮತ್ತು ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡದ ಒಟ್ಟು 52 ಗ್ರಾಮೀಣ ಮೀಸಲು ವಿಧಾನಸಭಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಆದೇಶ ಹೊರಡಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಅದರಂತೆ ಕ್ರಮವಹಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಘನ ಮತ್ತು ದ್ರವ ತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ರೂಢಿಯಲ್ಲಿರುವ ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಮೂಲನೆ ಮಾಡುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಬಳಕೆ ಕುರಿತು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದು ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ್ ಮಿಷನ್ (ಗ್ರಾಮೀಣ) ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ.



ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸೊರಬ ತಾ||, ಅನದಟ್ಟಿ ಗ್ರಾ.ಪಂ

ಅನುದಾನದ ವಿವರ :

ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ್ ಮಿಷನ್ (ಗ್ರಾ)	- ರೂ.12000/- (ರಾಜ್ಯದ ಪಾಲು ರೂ.4800/-)
ಎಸ್.ಸಿ.ಪಿ ಮತ್ತು ಟಿ.ಎಸ್.ಪಿ.ಯಡಿ	- ರೂ. 7000/-
ಫಲಾನುಭವಿ ವಂತಿಗೆ	- ರೂ. 1000/-
ಒಟ್ಟು	- ರೂ.20,000/-

ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೆಸೆ ಮುಕ್ತವಾಗಿರುವ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ನೈರ್ಮಲ್ಯದ ನಿರಂತರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಓಡಿಎಫ್‌ನ ಮುಂದುವರೆದ ಭಾಗವಾಗಿ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಘನ ಮತ್ತು ದ್ರವತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. 500 ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೂ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿಗಳಿಗೆ ರೂ.20.00 ಲಕ್ಷಗಳ ಅನುದಾನವನ್ನು ಘನ ಮತ್ತು ದ್ರವತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲು 60:40 (ಕೇಂದ್ರ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ) ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿರುವ 6022 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿಗಳ ಪೈಕಿ ಕಳೆದ ನಾಲ್ಕು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 405 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಘನ ಮತ್ತು ದ್ರವತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅನುಮೋದನೆ ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, ಈವರೆಗೆ ಒಟ್ಟು 63 ಘಟಕಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣಾ ಪದ್ಧತಿ

ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಂಡ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಧನವನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲು ಫಲಾನುಭವಿಗಳ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಜಮೆ ಮಾಡುವಂತಹ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಹಣಕಾಸು



ಸಂಕೀರ್ಣದ ಹೊರ ನೋಟ



ಗದಗ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿರುವ ಶೌಚಾಲಯ ಸಹಿತ ಸ್ನಾನಗೃಹ

ನಿರ್ವಹಣಾ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ದಿನಾಂಕ 01.04.2016 ರಿಂದ ರಾಜ್ಯದ ಎಲ್ಲಾ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಂಡ ಎಲ್ಲಾ ಫಲಾನುಭವಿಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಯೋಜನೆಯ IMISನಲ್ಲಿ ದಾಖಲಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗದ ಖಾತರಿಯನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ತರಬೇತಿ ಹಾಗೂ ಸಂವಹನ

ರಾಜ್ಯದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೆಸೆ ಮುಕ್ತ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿ ಮಟ್ಟದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು / ಚುನಾಯಿತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಹಾಗೂ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಲು ಯೋಜನೆಯ ಕುರಿತು ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೆಸೆ ಮುಕ್ತ ಮಾಡಲು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಹಾಗೂ ಇತರೆ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಿದ ರೀತಿ ನೀತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅನುಭವ ಹಂಚಿಕೆ ಮತ್ತು ಯಾವ ರೀತಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು

ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಲು ಭತ್ತೀಸ್‌ಗಡ ತಂಡ ಭೇಟಿ ನೀಡಿತ್ತು. ಬೆಂಗಳೂರು (ಗ್ರಾಮಾಂತರ), ಮಂಡ್ಯ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಹಾಗೂ ಬೆಂಗಳೂರು (ನಗರ) ಜಿಲ್ಲಾ ಪಂಚಾಯಿತಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಹಾಗೂ ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷರನ್ನು ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ



ಘನ ತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಘಟಕ

ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೆಸೆ ಮುಕ್ತ ಮಾಡಲು ಅನುಭವ ಪ್ರವಾಸ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿತ್ತು.

ಸಿಎಲ್‌ಟಿಎಸ್ ತರಬೇತಿ :

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ರೂಢಿಯಲ್ಲಿರುವ ಬಯಲು ಶೌಚ ಪದ್ಧತಿಯ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ವಚ್ಛತಾ ಆಂದೋಳನ (ಸಿ.ಎಲ್.ಟಿ.ಎಸ್) ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯದ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು ಅದರ ಬಳಕೆ ಕುರಿತು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ್ ಮಿಷನ್ (ಗ್ರಾ) ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನ ಮತ್ತು ಪ್ರಗತಿ



ತ್ಯಾಜ್ಯ ವಿಲೇವಾರಿ



ವಾಷಿಂಗ್ ಮಿಷನ್



ಕಾಮೋಡ್



ಇನ್ನಿನರೇಟರ್

2013-14 ರಿಂದ 2016-17ನೇ ಸಾಲಿನ ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ :

ಭೌತಿಕ ಪ್ರಗತಿ :

ವರ್ಷ	ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯ	ಸಮುದಾಯ ಶೌಚಾಲಯ	ಘನ ಮತ್ತು ದ್ರವ ತ್ಯಾಜ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ
2013-14	505517	88	101
2014-15	876919	95	60
2015-16	708309	63	109
2016-17	744519	171	60
ಒಟ್ಟು	2835264	417	330

ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ :

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
ಲಭ್ಯವಿರುವ ಅನುದಾನ (ಆರಂಭಿಕ ಶಿಲ್ಕು ಸೇರಿ)	35900.26	64510.02	74051.12	83176.74
ವೆಚ್ಚ	19141.06	59203.46	57616.67	78293.84

ಟಿಪ್ಪಣಿ : 2013-14ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಎಮ್‌ಜಿಎನ್‌ಆರ್‌ಇಜಿಎ ಯೋಜನೆಯಡಿ ರೂ. 97.79 ಕೋಟಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು 2014-15ರ ಅಕ್ಟೋಬರ್ ವರೆಗೆ ರೂ. 139.91 ಕೋಟಿಗಳನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗೃಹ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಪಾವತಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕುರಿತಂತೆ ಜಿಲ್ಲೆ / ತಾಲ್ಲೂಕು / ಗ್ರಾಮ ಹಾಗೂ ಅನುಷ್ಠಾನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಪಂಚಾಯಿತಿ ಹಂತದ ಅನುಷ್ಠಾನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ಮಾಹೆ ಸ್ಯಾಟ್‌ಕಾಂ ಮೂಲಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸುಸೂತ್ರವಾಗಿ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡಲು ಕ್ರಮವಹಿಸಲಾಗಿದೆ.

2016-17ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಮುಕ್ತ ಗ್ರಾಮ/ಗ್ರಾ ಪಂ/ತಾಲ್ಲೂಕು/ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಗುರಿ ಮತ್ತು ಸಾಧನೆ

ವಿವರಗಳು	ಗುರಿ	ಸಾಧನೆ	ಬಾಕಿ	%
ಜಿಲ್ಲೆಗಳು	5	5	0	100%
ತಾಲ್ಲೂಕುಗಳು	60	30	30	50%
ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳು	1211	1427	0	118%
ಗ್ರಾಮಗಳು	5000	7690	0	154%

2012ರ ಬೇಸ್‌ಲೈನ್ ಸರ್ವೆಯಂತೆ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯದ ಗುರಿ ಮತ್ತು ಸಾಧನೆ :

ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಕುಟುಂಬಗಳು	72,14,873
ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿದ ಕುಟುಂಬಗಳು (32%)	23,52,297
ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿರದ ಕುಟುಂಬಗಳು (68%)	44,86,566
2013-14 ರಿಂದ 2017-18 (16.10.2017ರ ಅಂತ್ಯಕ್ಕೆ) ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣದ ಪ್ರಗತಿ	32,65,951
ಶೌಚಾಲಯ ಹೊಂದಿದ ಒಟ್ಟು ಕುಟುಂಬಗಳು (78%)	56,28,835
ಪ್ರಸ್ತುತ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಿಸಲು ಬಾಕಿ ಇರುವ ಕುಟುಂಬಗಳು	15,86,522

ಯೋಜನೆಯಡಿ ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ e-FMS ಪದ್ಧತಿಯ ಕುರಿತು ನಿರಂತರವಾಗಿ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಮುಕ್ತ ಮಾಡಲು ಗುರಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿಕೊಂಡ ಗ್ರಾಮ/ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ಮಾಡಲು ಸ್ಥಳೀಯ ಚುನಾಯಿತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು, ಮಠಾಧೀಶರು, ಧರ್ಮಗುರುಗಳ ನೆರವು ಪಡೆಯಲಾಗಿದೆ. ನೇತಾರರು, ಸ್ವಚ್ಛತಾ ಪ್ರೇರೇಪಕರು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಆಶಾ-ಅಂಗನವಾಡಿ ಕಾರ್ಯಕರ್ತೆಯರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡು ಮನೆ ಮನೆಗೆ ಭೇಟಿ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರು ಶೌಚಾಲಯವನ್ನು ಬಳಸುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ಮಾಡುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಮರೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡು ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2, 2016ರ ಮಹಾತ್ಮಗಾಂಧಿ ಜಯಂತಿಯಂದು 5 ಜಿಲ್ಲೆಗಳು (ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ, ಉಡುಪಿ, ಬೆಂಗಳೂರು ನಗರ, ಬೆಂಗಳೂರು ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಹಾಗೂ ಕೊಡಗು) 24 ತಾಲ್ಲೂಕುಗಳು, 1000 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳು, ಹಾಗೂ 5000 ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು “ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಮುಕ್ತ” ಎಂದು ಘೋಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2, 2017ರ ಮಹಾತ್ಮಗಾಂಧಿ ಜಯಂತಿಯಂದು 6 ಜಿಲ್ಲೆಗಳು, (ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ರಾಮನಗರ, ಮಂಡ್ಯ, ಕೋಲಾರ ಮತ್ತು ಹಾಸನ ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು) 51 ತಾಲ್ಲೂಕುಗಳು, 1836 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳು, ಹಾಗೂ 10,385 ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು “ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಮುಕ್ತ” ಎಂದು ಘೋಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಈ ವರೆವಿಗೂ 11 ಜಿಲ್ಲೆಗಳು, 75 ತಾಲ್ಲೂಕುಗಳು 2874 ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳು ಹಾಗೂ 15,385 ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು ಬಯಲು ಬಹಿರ್ದೇಶ ಮುಕ್ತ ಎಂದು ಘೋಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದ ಪಡೆದ ಫಲಾನುಭವಿಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಯೋಜನೆಯ IMISನಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ವೀಕ್ಷಣೆಗೆ ಅವಕಾಶ

(70 ನೇ ಪುಟಕ್ಕೆ)

ಮನ್ ಕೀ ಬಾತ್



ಪ್ರಧಾನಿ
ಶ್ರೀ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿಯವರು
ಬಿಸಾಂಕ
26-11-2017ರಂದು
ಮಾಜಿದ
'ಮನ್ ಕೀ ಬಾತ್' -
38 ನೇ ಭಾಷಣದ
ಕನ್ನಡ ಅನುವಾದದ
ಆಯ್ದು ಅವತರಣಿಕೆ

ನನ್ನ ಪ್ರಿಯ ದೇಶವಾಸಿಗಳೇ ನಮಸ್ಕಾರ. ಕೆಲ ದಿನಗಳ ಹಿಂದೆ ನನಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪುಟ್ಟ ಮಕ್ಕಳೊಂದಿಗೆ (ಸ್ನೇಹಿತರೊಂದಿಗೆ) ಪರೋಕ್ಷ ಸಂವಾದದ ಅವಕಾಶ ದೊರೆಯಿತು. ಟೈಮ್ಸ್ ಸಮೂಹದ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆ ಮಕ್ಕಳ ದಿನಾಚರಣೆ ಅಂಗವಾಗಿ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ದೇಶದ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಯವರಿಗೆ ಪತ್ರ ಬರೆಯುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿದರು. ನಂತರ ಅವರು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಆಯ್ದು ಕೆಲ ಪತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿದರು. ನಾನು ಆ ಪತ್ರಗಳನ್ನು ಓದಿದೆ. ನನಗೆ ತುಂಬಾ ಸಂತೋಷವಾಯಿತು. ಈ ಪುಟ್ಟ ಮಕ್ಕಳು ಕೂಡಾ ದೇಶದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ. ದೇಶದಲ್ಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಚರ್ಚೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಿಗೆ ಅರಿವಿದೆ. ಬಹಳಷ್ಟು ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಮಕ್ಕಳು ಬರೆದಿದ್ದರು. ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡದ ಕೀರ್ತಿ ಹೆಗಡೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಮತ್ತು ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಸಿಟಿ ಯೋಜನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮೆಚ್ಚುಗೆ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತಾ ಒಂದು ಸಲಹೆಯನ್ನೂ ನೀಡಿದ್ದಾಳೆ. ನಮ್ಮ ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಪಾಡಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ, ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದಿನ ಮಕ್ಕಳು ಕ್ಲಾಸ್ ರೂಂ ರೀಡಿಂಗ್ ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲ ಅವರಿಗೆ ಪ್ರಕೃತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿಯುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಇಷ್ಟ ಎಂದೂ ಬರೆದಿದ್ದಾಳೆ. ನಾವು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ನಿಸರ್ಗದ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿದಲ್ಲಿ ಬಹುಶಃ ಅವರು ಮುಂದೆ ಪ್ರಕೃತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ನೆರವಾಗಬಹುದು.

ಲಕ್ಷ್ಮೀಶ್ವರದ ರೀಡಾ ನದಾಫ್, ತಾನೊಬ್ಬ ಸೈನಿಕನ ಮಗಳು ಮತ್ತು ತನಗೆ ಆ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಮ್ಮೆಯಿದೆ ಎಂದು ಬರೆದಿದ್ದಾಳೆ. ಹಿಂದೂಸ್ಥಾನದ ಯಾವ ಪ್ರಜೆಗೆ ಸೈನಿಕರ ಬಗ್ಗೆ ಗೌರವವಿಲ್ಲ ಹೇಳಿ. ನೀವಂತೂ ಸೈನಿಕನ ಮಗಳು ಅಂದ ಮೇಲೆ ನಿಮಗೆ ಆ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಮ್ಮೆಯನಿಸುವುದು ಸಹಜವೇ.

ಕಲ್ಚರ್ನಿಂದ ಇಫಾನಾ ಬೇಗಂ, ತಮ್ಮ ಶಾಲೆ ಮನೆಯಿಂದ 5 ಕಿಲೋ ಮೀಟರ್ ದೂರ ಇದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಬೇಗ ಹೊರಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮನೆಗೆ ಹಿಂದಿರುಗುವುದೂ ಬಹಳ ತಡವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಸ್ನೇಹಿತರೊಂದಿಗೆ ಸಮಯ ಕಳೆಯಲೂ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಬರೆದಿದ್ದಾಳೆ. ಸಮೀಪದಲ್ಲಿಯೇ ಒಂದು ಶಾಲೆ ಇರಬೇಕು ಎಂದು ಸಲಹೆ ನೀಡಿದ್ದಾಳೆ. ಆದರೆ ದೇಶವಾಸಿಗಳೇ ಒಂದು ಪತ್ರಿಕೆಯು ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಅದನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿ, ನನಗೂ ಅದರ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿಸಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ನನಗೆ ಆ ಪತ್ರಗಳನ್ನು ಓದುವ ಅವಕಾಶ ದೊರೆತದ್ದು ಸಂತೋಷ ತಂದಿದೆ. ನನಗೂ ಇದೊಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ಅನುಭವವಾಗಿತ್ತು.

ನನ್ನ ಪ್ರಿಯ ದೇಶಬಾಂಧವರೇ, ಇಂದು ನವೆಂಬರ್ 26. ಇದು ನಮ್ಮ ಸಂವಿಧಾನ ದಿನ. 1949 ರಲ್ಲಿ ಇಂದೇ ಸಂವಿಧಾನ ರಚನಾ ಸಭೆ ಭಾರತದ ಸಂವಿಧಾನವನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಿತ್ತು. 1950 ರ ಜನವರಿ 26 ರಂದು ಸಂವಿಧಾನ ಜಾರಿಗೆ ಬಂತು. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ನಾವು ಅದನ್ನು ಗಣತಂತ್ರ ದಿನವನ್ನಾಗಿ ಆಚರಿಸುತ್ತೇವೆ. ಭಾರತದ ಸಂವಿಧಾನ ನಮ್ಮ ಪ್ರಜಾತಂತ್ರದ ಆತ್ಮವಿದ್ದಂತೆ. ಇಂದಿನ ದಿನ ಸಂವಿಧಾನ ರಚನಾ ಸಭೆಯ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಸ್ಮರಿಸುವ ದಿನವಾಗಿದೆ. ಅವರು ಭಾರತದ ಸಂವಿಧಾನ ರಚನೆಗೆ ಸರಿ ಸುಮಾರು 3 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಶ್ರಮಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಯಾರೇ ಆಗಲಿ ಆ ಚರ್ಚೆ ಓದಿದಾಗ, ರಾಷ್ಟ್ರಕ್ಕೆ ಅವರು ಸಮರ್ಪಿಸಿದ ಜೀವನದ ವಿಚಾರಧಾರೆ ಏನು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿದು ನಮಗೆ ಹೆಮ್ಮೆ ಎನಿಸುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಂವಿಧಾನ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಅವರು ಎಷ್ಟು ಶ್ರಮಪಟ್ಟಿರಬಹುದು ಎಂದು ನೀವು ಊಹಿಸಬಲ್ಲೀರಾ? ಅದೂ ಕೂಡಾ ದೇಶ

* ಕೃಪೆ; ಆಕಾಶವಾಣಿ, ಬೆಂಗಳೂರು

ಗುಲಾಮಗಿರಿಯಿಂದ ಮುಕ್ತವಾಗುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅವರು ತಮ್ಮ ದೂರ ದರ್ಶಿತ್ವ ಮತ್ತು ಬುದ್ಧಿಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಮೆರೆದಿರಬಹುದು? ಇದೇ ಸಂವಿಧಾನದ ಉಜ್ವಲ ಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ, ಸಂವಿಧಾನ ನಿರ್ಮಾತೃಗಳು, ಆ ಮಹಾ ಪುರುಷರ ವಿಚಾರಧಾರೆಗಳ ಹೊಂಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ ನವ ಭಾರತದ ನಿರ್ಮಾಣ ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಹೊಣೆಯಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಂವಿಧಾನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ದೊಡ್ಡದು. ಬಹುಶಃ ಅದರಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾರದ ಯಾವುದೇ ಕ್ಷೇತ್ರವಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಪ್ರಕೃತಿಯ ಯಾವುದೇ ವಿಷಯವೂ ಇಲ್ಲವೆಂದಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸಮಾನತೆ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲರ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಸಂವೇದನಶೀಲವಾಗಿರುವುದು ನಮ್ಮ ಸಂವಿಧಾನದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ. ಬಡವನಾಗಿರಲಿ, ಅವಕಾಶ ವಂಚಿತನಾಗಿರಲಿ, ಮೂಲ ನಿವಾಸಿಯಾಗಿರಲಿ, ಮಹಿಳೆಯಾಗಿರಲಿ ಹೀಗೆ ಸಂವಿಧಾನವು ಪ್ರತಿ ನಾಗರಿಕನ ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಹಿತವನ್ನು ಕಾಪಾಡುತ್ತದೆ. ಸಂವಿಧಾನವನ್ನು ಅಕ್ಷರಶಃ ಪಾಲಿಸುವುದು ನಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗಿದೆ. ನಾಗರಿಕನಾಗಿರಲಿ, ಆಡಳಿತವರ್ಗವಾಗಲಿ ಸಂವಿಧಾನದ ಭಾವವನ್ನು ಅರಿತು ಮುಂದುವರಿಯಬೇಕು. ಯಾರಿಗೂ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಹಾನಿಯಾಗಕೂಡದು. ಇದೇ ಸಂವಿಧಾನದ ಸಂದೇಶ. ಇಂದು ಸಂವಿಧಾನ ದಿನವಾದ್ದರಿಂದ ಬಾಬಾ ಸಾಹೇಬ್ ಅಂಬೇಡ್ಕರ್ ಅವರ ನೆನಪು ಬರುವುದು ಸಹಜ. ಸಂವಿಧಾನ ರಚನಾ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ 17 ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಸಮಿತಿಗಳ ರಚನೆಯಾಗಿತ್ತು. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದದ್ದು ಕರಡು ರಚನಾ ಸಮಿತಿ. ಬಾಬಾ ಸಾಹೇಬ್ ಅಂಬೇಡ್ಕರ್ ಅವರು ಆ ಕರಡು ರಚನಾ ಸಮಿತಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದರು. ಅವರು ಅತ್ಯಂತ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಪಾತ್ರದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಇಂದು ನಾವು ಭಾರತದ ಯಾವ ಸಂವಿಧಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಮ್ಮೆ ಪಡುತ್ತೇವೋ ಅದರ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬಾಬಾ ಸಾಹೇಬ್ ಅಂಬೇಡ್ಕರ್ ಅವರ ಕುಶಲ ನೇತೃತ್ವದ ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯ ಹೆಗ್ಗುರುತನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಅವರು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗದ ಕಲ್ಯಾಣವಾಗಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿದರು. ಡಿಸೆಂಬರ್ 6 ರಂದು ಅವರ ಮಹಾಪರಿನಿರ್ವಾಣದ ದಿನ ಎಂದಿನಂತೆ ನಾವು ಅವರನ್ನು ಸ್ಮರಿಸುತ್ತೇವೆ.

ದೇಶವನ್ನು ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಶಕ್ತಿಶಾಲಿಯಾಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಬಾಬಾ ಸಾಹೇಬ್ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯವಾಗಿದೆ. ಡಿಸೆಂಬರ್ ಹದಿನೈದು ಸರ್ದಾರ್ ವಲ್ಲಭಭಾಯ್ ಪಟೇಲ್ ಪುಣ್ಯತಿಥಿ. ರೈತ ಪುತ್ರನಿಂದ ದೇಶದ ಲೋಹ ಪುರುಷನಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿತರಾದ ಸರ್ದಾರ್ ಪಟೇಲ್ ಅವರು ದೇಶವನ್ನು ಒಂದೇ ಸೂತ್ರದಲ್ಲಿ ಪೋಣಿಸಿಡುವ ಅಸಾಧಾರಣ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ್ದರು. ಸರ್ದಾರ್ ಪಟೇಲ್ ಸಂವಿಧಾನ ರಚನಾ ಸಭೆಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದರು. ಅವರು ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳು, ಅಲ್ಪಸಂಖ್ಯಾತರು ಮತ್ತು ಮೂಲ ನಿವಾಸಿಗಳಿಗಾಗಿ ನಿರ್ಮಿಸಲಾದ ಸಲಹಾ ಸಮಿತಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದರು.

ನವೆಂಬರ್ 26 ನಮ್ಮ ಸಂವಿಧಾನ ದಿನವಾಗಿದೆ ಆದರೆ 9 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ನವೆಂಬರ್ 26 ರಂದು ಉಗ್ರರು ಮುಂಬೈ ಮೇಲೆ ದಾಳಿ ಮಾಡಿದ್ದರು ಎಂಬುದನ್ನು ಯಾರು ತಾನೇ ಮರೆಯಲು ಸಾಧ್ಯ? ಈ ಘಟನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಣ ತೆತ್ತ ಎಲ್ಲ ಧೈರ್ಯವಂತ ನಾಗರಿಕರು, ಪೊಲೀಸರು, ಸುರಕ್ಷತಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ದೇಶ ಸ್ಮರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ವಂದಿಸುತ್ತದೆ. ದೇಶ ಎಂದಿಗೂ ಅವರ ಬಲಿದಾನವನ್ನು ಮರೆಯಲಾರದು. ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ಎಂಬುದು ಇಂದು ವಿಶ್ವದ ಭೂ ಭಾಗದ ಎಲ್ಲೆಡೆ ಪ್ರತಿದಿನ ಘಟಿಸುವ ಒಂದು ಅತಿ ಭಯಂಕರ ರೂಪವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಳೆದ 40 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಸಾವಿರಾರು ಸಾಮಾನ್ಯ ನಾಗರಿಕರು ಪ್ರಾಣ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಕೆಲ ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಭಾರತ ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚೆ ಮಾಡಿದಾಗ, ಆತಂಕವಾದದ ಭಯಂಕರ ಸಂಕಟದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿದಾಗ ವಿಶ್ವದ ಬಹಳಷ್ಟು ಜನರು ಇದನ್ನು ಗಂಭೀರವಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಿದ್ಧರಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಇಂದು ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ಅವರ ಮನೆ ಬಾಗಿಲು ತಟ್ಟುತ್ತಿರುವಾಗ ಎಲ್ಲ ದೇಶಗಳ ಸರ್ಕಾರಗಳು, ಮಾನವತಾವಾದದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸ ತೋರುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕತೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸವಿರುವ ಎಲ್ಲ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಬಹುದೊಡ್ಡ ಸವಾಲೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿವೆ. ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ವಿಶ್ವದ ಮಾನವೀಯತೆಗೆ ಸವಾಲೊಡ್ಡಿದೆ. ಮಾನವತಾವಾದಕ್ಕೆ

ಸವಾಲೊಡ್ಡಿದೆ. ಅದು ಮಾನವೀಯ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೇ ನಾಶ ಮಾಡುವ ಪಣ ತೊಟ್ಟಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾರತವಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ವಿಶ್ವದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾನವತಾವಾದಿ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸಿ ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಪರಾಭವಗೊಳಿಸಲೇಬೇಕಿದೆ. ಭಗವಾನ್ ಬುದ್ಧ, ಭಗವಾನ್ ಮಹಾವೀರ, ಗುರುನಾನಕ್, ಮಹಾತ್ಮಾ ಗಾಂಧೀ ಇವರೆಲ್ಲರೂ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಅಹಿಂಸೆಯನ್ನು ಬೋಧಿಸಿದ ನೆಲ ನಮ್ಮೆಲ್ಲವೇ. ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉಗ್ರವಾದ ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ರಚನೆಯನ್ನು ದುರ್ಬಲಗೊಳಿಸಿ ಭಿದ್ರ ವಿಭಿದ್ರಗೊಳಿಸುವ ದುಷ್ಟ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಮಾನವತಾವಾದಿ ಶಕ್ತಿಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟು ಜಾಗೃತಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದುದು ಸಮಯದ ಬೇಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

ನನ್ನ ಪ್ರಿಯ ದೇಶವಾಸಿಗಳೇ ಡಿಸೆಂಬರ್ 4 ರಂದು ನಾವೆಲ್ಲಾ ನೇವಿ ಡೇ, ನೌಕಾ ಸೇನಾ ದಿನವನ್ನು ಆಚರಿಸೋಣ. ಭಾರತೀಯ ನೌಕಾ ಸೇನೆ ನಮ್ಮ ಸಮುದ್ರ ತೀರಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿ ಸುರಕ್ಷತೆ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ನೌಕಾಬಲದ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ನನ್ನ ಅಭಿನಂದನೆಗಳು. ನಮ್ಮ ನಾಗರಿಕತೆಯ



ವಿಕಾಸವಾದದ್ದು ನದಿ ತೀರಗಳಲ್ಲಿ ಎಂಬುದು ನಿಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದಿದೆ. ಅದು ಸಿಂಧು ಆಗಿರಲಿ, ಗಂಗೆ ಆಗಿರಲಿ, ಯಮುನಾ ಆಗಿರಲಿ, ಸರಸ್ವತಿ ನದಿ ಆಗಿರಲಿ, ನಮ್ಮ ನದಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಮುದ್ರಗಳು ಆರ್ಥಿಕ, ಮತ್ತು ಸಮರ ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆ ಎರಡೂ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೂ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣವಾಗಿವೆ. ಇವು ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಗೇಟ್ ವೇ ಇದ್ದಂತೆ. ಮಹಾಸಾಗರಗಳೊಂದಿಗೆ ಈ ದೇಶದ, ನಮ್ಮ ಈ ನೆಲದ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವಿದೆ. ನಾವು ಇತಿಹಾಸದ ಪುಟಗಳನ್ನು ತಿರುವಿ ನೋಡಿದಾಗ 800-900 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಚೋಳ ವಂಶಸ್ಥರ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಚೋಳ ನೌಕಾಪಡೆಯನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ನೌಕಾಪಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು

ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಚೋಳ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದ ವಿಸ್ತಾರದಲ್ಲಿ, ಅದನ್ನು ಅಂದಿನ ಎಕಾನಾಮಿಕ್ ಸೂಪರ್ ಪವರ್ ಆಗಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಅವರ ನೌಕಾಪಡೆ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿತ್ತು. ಚೋಳ ನೌಕಾಪಡೆ ಪ್ರಚಾರ, ಶೋಧ ಯಾತ್ರೆಗಳ ಸಾಕಷ್ಟು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಸಂಗಮ-ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ನೌಕಾಪಡೆಗಳು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಯುದ್ಧ ನೌಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿವೆ ಆದರೆ 800-900 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆಯೇ ಬಹು ದೊಡ್ಡ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಚೋಳ ನೌಕಾಪಡೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದ್ದರು ಅಲ್ಲದೇ ಮಹಿಳೆಯರು ಯುದ್ಧದಲ್ಲೂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು ಎಂಬುದು ಬಹಳ ಜನರಿಗೆ ತಿಳಿದಿರಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಚೋಳ ಆಡಳಿತಗಾರರಲ್ಲಿ ನೌಕಾ ನಿರ್ಮಾಣದ ಕುರಿತು ಅಪಾರ ಜ್ಞಾನವಿತ್ತು.

ನಾವು ನೌಕಾಬಲದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ಛತ್ರಪತಿ ಶಿವಾಜಿ ಮಹಾರಾಜರು ಮತ್ತು ಅವರ ನೌಕಾಬಲದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮರೆಯಲಾಗದು. ಸಮುದ್ರದ ತಟದಲ್ಲಿರುವ ಹಾಗೂ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಪಾತ್ರ ಹೊಂದಿದ ಕೊಂಕಣ ಭಾಗ ಶಿವಾಜಿ ಮಹಾರಾಜರ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿತ್ತು. ಸಿಂಧು ದುರ್ಗ, ಮುರುಡ್ ಜಂಜೀರಾ, ಸ್ವರ್ಣ ದುರ್ಗಾದಂತಹ ಶಿವಾಜಿ ಮಹಾರಾಜರ ಆಳ್ವಿಕೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟ ಎಷ್ಟೋ ಕೋಟೆಗಳು ಒಂದೋ ಸಮುದ್ರ ತೀರದಲ್ಲಿದ್ದವು ಇಲ್ಲವೆ ಸಮುದ್ರದಿಂದಾವೃತವಾಗಿದ್ದವು. ಈ ಕೋಟೆಗಳ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮರಾಠಾ ನೌಕಾಪಡೆ ಮಾಡುತ್ತಿತ್ತು. ಮರಾಠಾ ನೌಕಾಪಡೆಯಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಹಡಗುಗಳ ಜೊತೆ ಪುಟ್ಟ ಹಡಗುಗಳ ಸಮನ್ವಯತೆ ಇತ್ತು. ಅವರ ನೌಕಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ವೈರಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಹಾರ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಅವರಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಕೌಶಲ್ಯ ಸಾಧಿಸಿತ್ತು. ನಾವು ಮರಾಠಾ ನೌಕಾಪಡೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ಕಾನ್ಡೋಜಿ ಆಂಗ್ರೆ ಅವರನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳದಿರಲು ಸಾಧ್ಯವೇ? ಅವರು ಮರಾಠಾ ನೌಕಾಪಡೆಯನ್ನು ಒಂದು ಹೊಸ ಉತ್ತುಂಗಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ದರು. ಅಲ್ಲದೇ ಹಲವಾರು ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಮರಾಠಾ ನೌಕಾ ಸೈನಿಕ ಸಮುಚ್ಚಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದರು. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ನಂತರ ಗೋವಾ ವಿಮೋಚನಾ ಸಂಗ್ರಾಮವಾಗಲಿ ಅಥವಾ 1971 ರ

ಭಾರತ - ಪಾಕ್ ಯುದ್ಧವಾಗಲಿ.. ಹೀಗೆ ಹಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ತಮ್ಮ ಪರಾಕ್ರಮವನ್ನು ಮೆರೆದಿದೆ. ನಾವು ನೌಕಾಪಡೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ನಮಗೆ ಕೇವಲ ಯುದ್ಧವೇ ಕಣ್ಣು ಮುಂದೆ ತೇಲುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಭಾರತೀಯ ನೌಕಾಪಡೆ ಮಾನವೀಯ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲೂ ಅಷ್ಟೇ ಉತ್ಸಾಹದಿಂದ ಮುಂದೆ ಬಂದಿದೆ. ಈ ವರ್ಷ ಜೂನ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ ಮತ್ತು ಮ್ಯಾನ್ಮಾರ್‌ನಲ್ಲಿ ಮೋರಾ ಎಂಬ ಸೈಕೋನ್ ಸಂಕಷ್ಟ ತಂದೊಡ್ಡಿತ್ತು. ಆಗ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ಹಡಗು ಐ ಎನ್ ಎಸ್ ಸುಮಿತ್ರಾ ತತ್ಕಾಲ ರಕ್ಷಣೆಗೋಸ್ಕರ ಸಹಾಯ ಹಸ್ತ ಚಾಚಿತ್ತು ಮತ್ತು ಎಷ್ಟೋ ಮೀನುಗಾರರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿ ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶಕ್ಕೆ ತಲುಪಿಸಿತ್ತು. ಈ ವರ್ಷದ ಮೇ - ಜೂನ್ ನಲ್ಲಿ ಶ್ರೀಲಂಕಾದಲ್ಲಿ ಪ್ರವಾಹದ ಭೀತಿ ಎದುರಾದಾಗ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆಯ 3 ಹಡಗುಗಳು ತಕ್ಷಣವೇ ಅಲ್ಲಿಗೆ ತಲುಪಿ ಅಲ್ಲಿಯ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಜನತೆಗೆ ಸಹಾಯ ಒದಗಿಸಿತು.

ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶದಲ್ಲಿ ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಾದ ರೋಹಿಂಗ್ಯಾ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ಹಡಗು ಐ ಎನ್ ಎಸ್ ಘಡಿಯಾಲ್ ಸೂಕ್ತ ಸಹಾಯ ಕಲ್ಪಿಸಿತ್ತು. ಜೂನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಪುವಾ ನ್ಯೂ ಗಿನಿ ಸರ್ಕಾರ ನಮಗೆ ಎಸ್ ಓ ಎಸ್ ಸಂದೇಶ ನೀಡಿತು ಮತ್ತು ಅವರ ಫಿಶಿಂಗ್ ಬೋಟ್ ಮೀನುಗಾರರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿತು. ನವೆಂಬರ್ 21 ರಂದು ಪಶ್ಚಿಮ ಗಲ್ಫ್ ನಲ್ಲಿ ಒಂದು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಹಡಗಿನಲ್ಲಿ ಪೈರಸಿ ಘಟನೆಯಲ್ಲೂ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ಹಡಗು ಐ ಎನ್ ಎಸ್ ತ್ರಿಖಿಂಡ್ ಸಹಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಅಲ್ಲಿಗೆ ತಲುಪಿತ್ತು. ಫಿಜಿವರೆಗೂ ಆರೋಗ್ಯ ಸೇವೆ ತಲುಪಿಸುವುದಾಗಿರಲಿ, ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಪರಿಹಾರ ಒದಗಿಸುವುದಾಗಿರಲಿ, ನೆರೆ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಕಟದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಾನವೀಯ ಸಹಾಯ ಕಲ್ಪಿಸುವುದಾಗಲೀ ನಮ್ಮ ನೌಕಾಪಡೆ ಗೌರವಪೂರ್ಣ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಬಂದಿದೆ. ಭಾರತೀಯರಾದ ನಾವು ನಮ್ಮ ಭದ್ರತಾ ಪಡೆಯ ಕುರಿತು ಗೌರವಾದರ ಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇವೆ. ಅದು ಸೇನೆ ಆಗಿರಲಿ ನೌಕಾಪಡೆಯಾಗಿರಲಿ ಇಲ್ಲವೆ ವಾಯುಪಡೆಯಾಗಿರಲಿ ನಮ್ಮ ಸೈನಿಕರ ಸಾಹಸ, ಶೌರ್ಯ, ಪರಾಕ್ರಮ ಬಲಿದಾನಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ದೇಶವಾಸಿಯೂ



ವಂದಿಸುತ್ತಾನೆ. 125 ಕೋಟಿ ದೇಶವಾಸಿಗಳು ಸುಖದಿಂದ ನೆಮ್ಮದಿಯಿಂದ ಬಾಳಲೆಂದು ಅವರು ತಮ್ಮ ಯೌವನವನ್ನೇ ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಸಮರ್ಪಿಸುತ್ತಾರೆ. ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾಣವನ್ನೇ ಮುಡಿಪಾಗಿಡುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಡಿಸೆಂಬರ್ 7 ರಂದು 'ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆ'ಯ ಧ್ವಜ ದಿನ ಆಚರಿಸಲಾತ್ಮದೆ. ಇದು ದೇಶದ ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆ ಕುರಿತು ಹೆಮ್ಮೆಪಡುವ ಮತ್ತು ಗೌರವವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ದಿನವಾಗಿದೆ. ಈ ಕುರಿತು ರಕ್ಷಣಾ ಖಾತೆ ಡಿಸೆಂಬರ್ 1 ರಿಂದ 7 ರವರೆಗೆ ಅಭಿಯಾನವನ್ನು ಆರಂಭಿಸುವ ನಿರ್ಣಯ ಕೈಗೊಂಡಿರುವುದು ನನಗೆ ಸಂತಸ ತಂದಿದೆ. ದೇಶದ ನಾಗರಿಕರ ಬಳಿ ಹೋಗಿ ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದು, ಜನರನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶ.

ಸಂಪೂರ್ಣ ವಾರದಾದ್ಯಂತ ಮಕ್ಕಳು ಹಿರಿಯರು ಎಲ್ಲರೂ ಧ್ವಜ ಧರಿಸಿ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಸೇನೆ ಕುರಿತು ಒಂದು ಅಭಿಮಾನದ ಆಂದೋಳನವೇ ಜರುಗಲಿ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆ ಧ್ವಜಗಳನ್ನು ಹಂಚಬಹುದಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ ನೆರೆ ಹೊರೆ, ಸ್ನೇಹಿತರು ಹೀಗೆ ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆಯೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವವರನ್ನು, ಅವರ ಅನುಭವಗಳನ್ನು, ಅವರ ಶೌರ್ಯದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು, ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ವಿಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳು #armedforcesflagday ಅಡಿ ಹೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಶಾಲೆ ಕಾಲೇಜುಗಳಿಗೆ ಸೇನೆಯವರನ್ನು ಕರೆಸಿ ಅವರಿಂದ ಸೇನೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಬಹುದು. ನಮ್ಮ ಹೊಸ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಸೇನೆ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಅವಕಾಶ ಇದಾಗಬಹುದು. ಇದು ನಮ್ಮ ಸೇನಾದಳದ ಎಲ್ಲ ಸೈನಿಕರ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಧನ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಹಣವನ್ನು ಯುದ್ಧದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಣತ್ಯಾಗ ಮಾಡಿದ ವೀರ ಯೋಧರ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಗಾಯಾಳು ಸೈನಿಕರ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಅವರ

ಜೀವನ ಪುನರ್ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಸೈನಿಕ ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಡಳಿ ಮೂಲಕ ಬಳಸಲಾಗುವುದು. ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯ ಪಾವತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ksb.gov.in ನಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ತಾವು ಕ್ಯಾಶ್‌ಲೆಸ್ ಪೇಮೆಂಟ್ ಕೂಡಾ ಮಾಡಬಹುದು. ಬನ್ನಿ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸಶಸ್ತ್ರ ಪಡೆಯ ಮನೋಬಲ ಹೆಚ್ಚುವಂತೆ ನಾವೂ ಏನನ್ನಾದರೂ ಮಾಡೋಣ. ನಾವೂ ಅವರ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಕೈ ಜೋಡಿಸೋಣ.



ನನ್ನ ಪ್ರೀತಿಯ ದೇಶವಾಸಿಗಳೇ, ಡಿಸೆಂಬರ್ 5 ರಂದು 'World Soil Day' ಆಚರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ನಾನು ನಮ್ಮ ರೈತ ಸೋದರ ಸೋದರಿಯರೊಂದಿಗೆ ಕೂಡ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಾತನಾಡಲು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತೇನೆ. ಮಣ್ಣು ಭೂಮಿಯ ಒಂದು ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣವಾದ ಭಾಗ. ನಾವು ಏನನ್ನು ತಿನ್ನುತ್ತೇವೆಯೋ ಅದು ಈ ಮಣ್ಣಿನೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಒಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಆಹಾರ ಸರಪಳಿ ಮಣ್ಣಿನೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಸ್ವಲ್ಪ ಊಹಿಸಿ, ಒಂದು ವೇಳೆ ಈ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಫಲವತ್ತಾದ ಮಣ್ಣು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಏನಾಗಬಹುದು? ಇದನ್ನು ಯೋಚಿಸಿದರೂ ಸಹ ಭಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಣ್ಣು ಇಲ್ಲ, ಮರಗಿಡಗಳಿಲ್ಲ, ಮಾನವ ಜೀವನ ಎಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯ? ಜೀವ ಜಂತುಗಳ ಇರುವಿಕೆ ಎಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯ? ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ತುಂಬಾ ಹಿಂದೆಯೇ ಚಿಂತನೆ ಮಾಡಲಾಗಿತ್ತು ಮತ್ತು ಇದೇ ಕಾರಣದಿಂದ ನಾವು ಮಣ್ಣಿನ ಮಹತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಾಚೀನ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಕಡೆ ಭೂಮಿಯ ಬಗ್ಗೆ, ಮಣ್ಣಿನ ಬಗ್ಗೆ ಭಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಗೌರವ ಭಾವನೆ ಜನರಲ್ಲಿ ಇರಲಿ ಎನ್ನುವ ಸಹಜ ಪ್ರಯತ್ನ ಇದ್ದರೆ ಮತ್ತೊಂದು ಕಡೆ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ವಿಧಾನಗಳು ಜೀವನದ ಭಾಗವಾಗಿ ಈ ಮಣ್ಣಿನ ಪೋಷಣೆ ಸತತವಾಗಿ ಆಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ದೇಶದ ರೈತರ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಎರಡೂ ವಿಷಯಗಳಿಗೂ ಮಹತ್ವ ಇದೆ ಯಾವುದೆಂದರೆ, ನಮ್ಮ ಮಣ್ಣಿನ ಬಗ್ಗೆ ಭಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಜೊತೆ ಜೊತೆಗೆ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಣ್ಣನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಕಾಪಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುವುದು. ನಮ್ಮ ದೇಶದ ರೈತರು ಪರಂಪರೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ವಿಜ್ಞಾನದ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಆಸಕ್ತಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ, ಪ್ರಯತ್ನ ಪಡುತ್ತಾರೆ,

ಸಂಕಲ್ಪ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವುದು ನಮಗಿಲ್ಲರಿಗೂ ಹೆಮ್ಮೆ ತರುವ ವಿಚಾರ. ಹಿಮಾಚಲ ಪ್ರದೇಶದ ಹಮೀರ್ ಪುರ್ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಟೋಹೂ ಹಳ್ಳಿ, ಭೋರಂಜ್ ಬ್ಲಾಕ್ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿಯ ರೈತರ ಬಗ್ಗೆ ಕೇಳಿದ್ದೇನೆ. ಇಲ್ಲಿ ರೈತರು ಮೊದಲು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವಿಲ್ಲದೆ ರಾಸಾಯನಿಕ ಗೊಬ್ಬರಗಳ ಉಪಯೋಗ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಇದೇ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ಆ ಮಣ್ಣಿನ ಅರೋಗ್ಯ ಹಾಳಾಗುತ್ತಾ ಬಂತು. ಇಳುವರಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಾ ಬಂತು, ಇಳುವರಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದರಿಂದ ವರಮಾನ ಸಹ ಕಡಿಮೆಯಾಯಿತು ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಕ್ರಮೇಣ ಕಡಿಮೆಯಾಯಿತು. ಹಳ್ಳಿಯ ಕೆಲವು ಜಾಗರೂಕ ರೈತರು ಈ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಗಂಭೀರತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡರು. ತದನಂತರ ಹಳ್ಳಿಯ ರೈತರು ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಮಣ್ಣನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡಿಸಿದಾಗ ಎಷ್ಟು ಗೊಬ್ಬರ, ರಸಗೊಬ್ಬರ ಮತ್ತು ಸಾವಯವ ಗೊಬ್ಬರದ ಬಳಕೆ ಮಾಡಲು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳಿದರೂ ಅವರು ಆ ಸಲಹೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದರು. ಮಣ್ಣಿನ ಅರೋಗ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗೆ ಸಿಕ್ಕ ಮಾಹಿತಿ, ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದ ಪರಿಣಾಮ ಏನು ಎಂಬುದನ್ನು ಕೇಳಿದರೆ ನೀವು ಆಶ್ಚರ್ಯಚಕಿತರಾಗುತ್ತೀರಿ.

2016-17 ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಗೋಧಿಯ ಉತ್ಪಾದನೆ ಪ್ರತಿ ಎಕರೆಗೆ ಮೂರರಿಂದ ನಾಲ್ಕು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು ಮತ್ತು ವರಮಾನದಲ್ಲಿ ಕೂಡ 4000 ದಿಂದ 6000 ರೂಪಾಯಿಗಳ ತನಕ ವೃದ್ಧಿಯಾಯಿತು. ಇದರ ಜೊತೆ ಜೊತೆಗೆ ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಸುಧಾರಣೆಯಾಯಿತು. ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಉಪಯೋಗ ಕಡಿಮೆಯಾದ ಕಾರಣ ಹಣದ ಉಳಿತಾಯ ಕೂಡ ಆಯಿತು. ನನ್ನ ರೈತ ಸೋದರರು soil health card ಮಣ್ಣು - ಅರೋಗ್ಯ ಕಾರ್ಡ್ ನಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿರುವ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಮುಂದೆ ಬಂದಿರುವುದನ್ನು ನೋಡಿ ನನಗೆ ತುಂಬಾ ಖುಷಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಸಿಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಅವರ ಉತ್ಸಾಹ ಸಹ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಿದೆ.

ಈಗ ರೈತರಿಗೆ, ನಾವು ಫಸಲಿನ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತಿಸಬೇಕೆಂದರೆ ಮೊದಲು ಭೂಮಿ ತಾಯಿಯ ಆರೈಕೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ನಾವು ಭೂಮಿತಾಯಿಯ ಆರೈಕೆ ಮಾಡಿದರೆ ಭೂಮಿ ತಾಯಿಯು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಆರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾಳೆ' ಎಂಬುದು ಅರ್ಥವಾಗಿದೆ. ತಮ್ಮ ಮಣ್ಣನ್ನು ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಂಡು ಅದರ ಪ್ರಕಾರ ಫಸಲನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ಸಲುವಾಗಿ ದೇಶದೆಲ್ಲೆಡೆ ನಮ್ಮ 10 ಕೋಟಿಗೂ ಅಧಿಕ ರೈತರು soil health card ಮಾಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ನಾವು ನಮ್ಮ ಭೂಮಿತಾಯಿಯನ್ನು ಪೂಜಿಸುತ್ತೇವೆ ಆದರೆ ಯೂರಿಯಾ ತರಹದ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳಿಂದ ಭೂಮಿತಾಯಿಯ ಅರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ಹಾನಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಎಂದಾದರೂ ಯೋಚಿಸಿದ್ದೇವೆಯೇ? ಭೂಮಿತಾಯಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಯೂರಿಯಾ ಉಪಯೋಗಿಸಿದರೆ ಗಂಭೀರವಾದ ಅಪಾಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಎಲ್ಲಾ ತರಹದ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ರೀತಿಯಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ. ರೈತರು ಭೂಮಿತಾಯಿಯ ಮಕ್ಕಳು, ಅವರು ಹೇಗೆ ತಾನೇ ಭೂಮಿತಾಯಿ ಅನಾರೋಗ್ಯದಿಂದ ಇರುವುದನ್ನು ನೋಡಬಲ್ಲರು? ಈ ತಾಯಿ ಮಗನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುವುದು ಇಂದಿನ ಸಮಯದ ಬೇಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ. 2022, ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ 75 ನೇ ವರ್ಷದ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಇಂದು ಎಷ್ಟು ಯೂರಿಯಾದ ಉಪಯೋಗ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೋ ಅದರ ಅರ್ಥದಷ್ಟು ಉಪಯೋಗವನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ನಮ್ಮ ಮಣ್ಣಿನ ಮಕ್ಕಳು, ನಮ್ಮ ಭೂಮಿಯ ಸಂತಾನವಾದ ನಮ್ಮ ರೈತರು ಸಂಕಲ್ಪ ಮಾಡಬಹುದೇ? ಒಂದುಸಾರಿ ನಮ್ಮ ಭೂಮಿತಾಯಿಯ ಮಕ್ಕಳು, ನನ್ನ ರೈತ ಸೋದರರು ಈ ಸಂಕಲ್ಪ ಮಾಡಿದರೆ ಆಗ ನೋಡಿ, ಭೂತಾಯಿಯ ಅರೋಗ್ಯ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ರೈತರ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಬರಲು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಾಗತಿಕ ತಾಪಮಾನ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಹವಾಮಾನ ಬದಲಾವಣೆ ಇಂದು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಅನುಭವಕ್ಕೆ ಬಂದಿದೆ. ದೀಪಾವಳಿಯ ಮುಂಚೆ ಚಳಿಗಾಲ ಬರುವ ಒಂದು ಕಾಲವಿತ್ತು. ಈಗ ಡಿಸೆಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ಚಳಿಯು ನಿಧಾನವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿ ಇಡುತ್ತಿದೆ.

ಆದರೆ ಚಳಿಯು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಕಂಬಳಿಯಿಂದ ಹೊರಗೆ ಬರುವುದು ನಮಗೆ ಇಷ್ಟವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಇದು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಅನುಭವ. ಆದರೆ ಇಂತಹ ಹವಾಮಾನದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಸತತವಾಗಿ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿ ಇರುವ ಜನರು ಎಂತಹ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನುವ ಉದಾಹರಣೆ ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಪ್ರೇರಣೆ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶದ 8 ವರ್ಷದ ತುಷಾರ್ ಎನ್ನುವ ದಿವ್ಯಾಂಗ ಬಾಲಕ ತನ್ನ ಗ್ರಾಮವನ್ನು ಬಯಲು ಶೌಚ ಮುಕ್ತ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮುಂದಾಳತ್ವ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಎಂದು ಕೇಳಿದರೆ ನಿಮಗೂ ಸಹ ಆಶ್ಚರ್ಯವಾಗಬಹುದು. ಇಂತಹ ದೊಡ್ಡ ಮಟ್ಟದ ಕೆಲಸ ಮತ್ತು ಇಷ್ಟು ಚಿಕ್ಕ ಬಾಲಕ! ಆದರೆ ಉತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಸಂಕಲ್ಪ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಎಷ್ಟೋ ಪಟ್ಟು ದೊಡ್ಡದಿತ್ತು. ಬೃಹದಾಕಾರವಾಗಿತ್ತು ಮತ್ತು ಶಕ್ತಿಯುತವಾಗಿತ್ತು. 8 ವರ್ಷದ ಬಾಲಕ, ಮಾತನಾಡಲು ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಅವನು ಸೀಟಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಆಯುಧವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 5 ಘಂಟೆಗೆ ಎದ್ದು ತನ್ನ ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಮನೆಮನೆಗೆ ಹೋಗಿ ಜನರನ್ನು ಸೀಟಿ ಹೊಡೆಯುವುದರ ಮೂಲಕ ನಿದ್ರೆಯಿಂದ ಎಬ್ಬಿಸಿ, ಕೈಸನ್ನೆಯಿಂದ ಬಯಲಿನಲ್ಲಿ ಶೌಚ ಮಾಡಬಾರದೆಂದು ತಿಳಿಸಿ ಹೇಳತೊಡಗಿದ. ಪ್ರತಿದಿನ 30-40 ಮನೆಗಳಿಗೆ ಹೋಗಿ ಸ್ವಚ್ಛತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಪಾಠ ಹೇಳುವ ಈ ಬಾಲಕನ ಪ್ರಯತ್ನದಿಂದ ಕುಮ್ಮಾರಿ ಗ್ರಾಮವು ಇಂದು ಬಯಲು ಶೌಚ ಮುಕ್ತವಾಗಿದೆ. ಸ್ವಚ್ಛತೆಗೆ ಕೊಡಬೇಕಾದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಈ ಚಿಕ್ಕ ಬಾಲಕ ತುಷಾರ್ ಒಂದು ಪ್ರೇರಣಾ ಶಕ್ತಿಯಂತೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ್ದಾನೆ. ಇದು, ಸ್ವಚ್ಛತೆಗೆ ಯಾವುದೇ ವಯಸ್ಸಿನ ಹಂಗಿಲ್ಲ. ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಸೀಮಾರೇಖೆಗಳಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಮಕ್ಕಳು ಅಥವಾ ದೊಡ್ಡವರಾಗಲಿ, ಮಹಿಳೆ ಅಥವಾ ಪುರುಷರಾಗಲಿ, ಸ್ವಚ್ಛತೆ ಎನ್ನುವುದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅವಶ್ಯಕ ಮತ್ತು ಸ್ವಚ್ಛತೆಗಾಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಏನಾದರೂ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಾಡಲೇ ಬೇಕಾದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದ್ದೇ ಇದೆ. ನಮ್ಮ ದಿವ್ಯಾಂಗ ಸೋದರ ಸೋದರಿಯರು ಧೃಢ ಮನಸ್ಸಿನವರು, ಸಾಮರ್ಥ್ಯವುಳ್ಳವರು, ಸಾಹಸಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಕಲ್ಪಬದ್ಧರು. ಪ್ರತಿ ಕ್ಷಣ ನಮಗೆ ಅವರಿಂದ ಏನಾದರೊಂದು ಕಲಿಯುವ ಅವಕಾಶ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಇಂದು

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಅವರು ಸಾಧನೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕ್ರೀಡಾ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಲಿ, ಯಾವುದೇ ಸ್ಪರ್ಧೆಯಲ್ಲಾಗಲಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಾಗಲಿ, ನಮ್ಮ ದಿವ್ಯಾಂಗರೂ ಯಾರಿಗಿಂತಲೂ ಹಿಂದೆ ಬಿದ್ದಿಲ್ಲ. ನಮ್ಮ ದಿವ್ಯಾಂಗ ಆಟಗಾರರು ರಿಯೋ ಒಲಂಪಿಕ್ಸ್ ನಲ್ಲಿ ಒಳ್ಳೆಯ ಪ್ರದರ್ಶನ ನೀಡಿ 4 ಪದಕಗಳನ್ನು ಗೆದ್ದಿದ್ದರು ಮತ್ತು Blind T-20 Cricket World Cup ನಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಚಾಂಪಿಯನ್ ಆಗಿದ್ದರು ಎಂಬುದು ನಿಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ನೆನಪಿರಬಹುದು. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೇರೆಬೇರೆ ರೀತಿಯ ಪಂದ್ಯಾವಳಿಗಳು ಆಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಸ್ವಲ್ಪದಿನಗಳ ಹಿಂದೆ ಉದಯಪುರದಲ್ಲಿ 17 ನೇ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ಯಾರಾ-ಸ್ಪೋರ್ಟ್ಸ್ ಸ್ಪರ್ಧೆಗಳು ಅಯೋಜನೆಗೊಂಡಿದ್ದವು.

ದೇಶದ ಎಲ್ಲ ವಿಭಿನ್ನ ಭಾಗಗಳಿಂದ ಬಂದ ನಮ್ಮ ಯುವ ದಿವ್ಯಾಂಗ ಸೋದರ ಸೋದರಿಯರು ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದರು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದರು. ಅವರಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ಗುಜರಾತಿನ 19 ವರ್ಷ ವಯಸ್ಸಿನ ಜಿಗರ್ ಠಕ್ಕರ್. ಅವನ ಶರೀರದ ಶೇಕಡಾ 80 ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮಾಂಸಖಂಡಗಳಿಲ್ಲ ಆದರೆ ಅವನ ಸಾಹಸ, ಸಂಕಲ್ಪ ಮತ್ತು ಅವನ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ನೋಡಿರಿ! ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ಯಾರಾಸ್ಪೋರ್ಟ್ಸ್ ಸ್ಪರ್ಧೆಯಲ್ಲಿ ಈ 19 ವರ್ಷ ವಯಸ್ಸಿನ ಜಿಗರ್ ಠಕ್ಕರ್, ದೇಹದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 80 ಮಾಂಸಖಂಡಗಳೇ ಇಲ್ಲದವನು 11 ಪದಕಗಳನ್ನು ಗೆದ್ದನು. 70 ನೇ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ಯಾರಾಸ್ಪೋರ್ಟ್ಸ್ ಸ್ಪರ್ಧೆಯಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಅವನು ಚಿನ್ನದ ಪದಕ ಗೆದ್ದಿದ್ದನು. ಅವನ ಈ ಕೌಶಲ್ಯದ ಪರಿಣಾಮವೇ ಇಂದು ಅವನು ಭಾರತದ ಕ್ರೀಡಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದ ಮೂಲಕ 20-20 ಪ್ಯಾರಾಲಿಂಪಿಕ್ಸ್ ಗೆ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿದ್ದಾನೆ. 32 ಪ್ಯಾರಾ ಈಜುಗಾರರಲ್ಲಿ ಅವನೂ ಸಹ ಒಬ್ಬ ಮತ್ತು ಅವನಿಗೆ ಗುಜರಾತ್ ನ ಗಾಂಧಿನಗರದ Centre for Excellences ನಲ್ಲಿ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲಾಗುವುದು. ನಾನು ಯುವಕ ಜಿಗರ್ ಠಕ್ಕರ್ ನ ಉತ್ಸಾಹಕ್ಕೆ ನಮಸ್ಕರಿಸುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ಅವನಿಗೆ ನನ್ನ ಅಭಿನಂದನೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ. ಇಂದು ದಿವ್ಯಾಂಗ ಜನರಿಗೋಸ್ಕರ ಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅವಕಾಶ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಗಮನ ಹರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ದೇಶದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ ಸಶಕ್ತವಾಗಿಲಿ, ಒಂದು



ಸಂಘಟಿತ ಸಮಾಜ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಲಿ, ಸಮಾನತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರೀತಿಯ ಭಾವನೆಯಿಂದ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಾಮರಸ್ಯ ಹೆಚ್ಚಲಿ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲರೂ ಒಟ್ಟಾಗಿ ಮುಂದುವರೆಯಲಿ ಎಂಬುದು ನಮ್ಮ ಆಶಯ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ನಮ್ಮ ಪ್ರಯತ್ನ ಕೆಲವು ದಿನಗಳ ನಂತರ ಈಡ್-ಎ-ಮಿಲಾದ್-ಉನ್-ನಬಿ ಯ ಹಬ್ಬ ಆಚರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ದಿನ ಪೈಗಂಬರ್ ಹಜರತ್ ಮೊಹಮ್ಮದ್ ಅವರ ಜನ್ಮದಿನವಾಗಿದೆ. ನಾನು ಎಲ್ಲ ದೇಶವಾಸಿಗಳಿಗೆ ಹಾರ್ದಿಕ ಶುಭಾಶಯಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ ಮತ್ತು ಈಡ್ ನ ಈ ಹಬ್ಬ, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಶಾಂತಿ ಮತ್ತು ಸದ್ಭಾವನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಹೊಸ ಪ್ರೇರಣೆ ಕೊಡಲಿ, ಹೊಸ ಶಕ್ತಿ ಕೊಡಲಿ, ಹೊಸ ಸಂಕಲ್ಪಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಕೊಡಲಿ ಎಂದು ಆಶಿಸುತ್ತೇನೆ.

ದೂರವಾಣಿ ಕರೆ

ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿಗಳೇ, ನಮಸ್ಕಾರ. ನಾನು ಕಾನ್ಪುರ ದಿಂದ ನೀರಜಾ ಸಿಂಗ್ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದೇನೆ. ನಿಮ್ಮೆಲ್ಲ ನನ್ನ ವಿನಂತಿ ಏನೆಂದರೆ, ಈ ವರ್ಷಪೂರ್ತಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಮನ್ ಕಿ ಬಾತ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲ ಏನೇನು ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳಿದ್ದೀರೋ, ಅದರಲ್ಲಿಯ ಹತ್ತು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ಅದರಿಂದ ನಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ಮತ್ತೆ ಆ ಮಾತುಗಳ ನೆನಪಾಗಲಿ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಸ್ವಲ್ಪ ಕಲಿಯುವ ಅವಕಾಶ ಸಿಗಲಿ, ಧನ್ಯವಾದಗಳು.

ದೂರವಾಣಿ ಕರೆ ಸ್ಫೂಗಿತ

ನಿಮ್ಮ ಮಾತು ಸತ್ಯ, 2017 ಮುಗಿಯುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ, 2018 ಬಾಗಿಲ ಹೊಸ್ತಿಲಲ್ಲಿ ನಿಂತಿದೆ. ನೀವು ಒಳ್ಳೆಯ ಸಲಹೆ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದೀರಿ. ಆದರೆ ನಿಮ್ಮ ಮಾತುಗಳಿಂದ ನನಗೆ ಅದರಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಸೇರಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಪರಿವರ್ತನೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ

ಮನಸ್ಸಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ವಯಸ್ಸಾದ ಹಿರಿಯರು ಇರುತ್ತಾರೆ, ದೊಡ್ಡವರು, ವಯಸ್ಸಾದವರು ಯಾವಾಗಲೂ 'ದುಃಖವನ್ನು ಮರೆತುಬಿಡು ಮತ್ತು ಸುಖವನ್ನು ಮರೆಯಲು ಅವಕಾಶ ಕೊಡಬೇಡ' ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ, ಅದರಂತೆ ದುಃಖವನ್ನು ಮರೆಯೋಣ, ಸುಖವನ್ನು ಮರೆಯದಿರೋಣ. ಈ ಮಾತನ್ನು ನಾವು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂದು ನನಗೆ ಅನ್ನಿಸುತ್ತದೆ. ನಾವು ಸಹ ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ಸ್ಮರಿಸುತ್ತಾ, ಒಳ್ಳೆಯದರಸಂಕಲ್ಪವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ 2018 ಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶ ಮಾಡೋಣ. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ, ಬಹುಶಃ ಜಗತ್ತಿನೆಲ್ಲೆಡೆ ಎಲ್ಲರೂ ವರ್ಷದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಹಾಕುತ್ತೇವೆ, ಚಿಂತನೆ-ಯೋಚನೆ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ, ವಿಚಾರ ಮಂಥನ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಎಂಬುದು ನಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ಗೊತ್ತು. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮೀಡಿಯಾಗಳಲ್ಲಂತೂ ಕಳೆದ ಹೋದ ವರ್ಷದ ಹಲವು ರೋಚಕ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಆಗುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಧನಾತ್ಮಕ ಅಂಶವೂ ಇರುತ್ತದೆ, ಋಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶವೂ ಇರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ 2018 ಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂದು ನಿಮಗೆ ಅನ್ನಿಸುವುದಿಲ್ಲವೇ? ನಾನು ನಿಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ಒಂದು ಸಲಹೆ ನೀಡುತ್ತೇನೆ ನೀವೆಲ್ಲರೂ ನೀವು ಕೇಳಿರುವ, ನೀವೇ



ನೋಡಿರುವ, ಅನುಭವಿಸಿರುವ ಅಂದರೆ ಅದನ್ನು ಬೇರೆಯವರು ತಿಳಿದರೆ ಅವರಿಗೂ ಸಹ ಒಳ್ಳೆಯ ಭಾವನೆ ಹುಟ್ಟುವುದೋ ಅಂತಹ 5-10 ಧನಾತ್ಮಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ಅದು ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಲಿ, ಚಿಕ್ಕ ಯಾವುದಾದರೊಂದು ಘಟನೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಲಿ, ಕಥೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಲಿ, ವೀಡಿಯೋ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಲಿ ಇರಬಹುದು, ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿರಾ? ಇದಕ್ಕೆ ನಿಮ್ಮ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುವಿರಾ? ನಾನು ನಿಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಆಹ್ವಾನ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದೇನೆ, 2018 ರ ಸ್ವಾಗತವನ್ನು ನಾವು ಒಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ, ಒಳ್ಳೆಯ ನೆನಪಿನೊಂದಿಗೆ, ಧನಾತ್ಮಕ ಯೋಚನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಧನಾತ್ಮಕ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಬನ್ನಿ, ನರೇಂದ್ರಮೋದಿ ಆಪ್‌ನಲ್ಲಿ, ನಲ್ಲಿ, ಅಥವಾ ಸೋಶಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾದಲ್ಲಿ #PositiveIndia (ಹ್ಯಾಶ್ ಟ್ಯಾಗ್ Positive India) ದ

ಜೊತೆಗೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾದ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳೋಣ ಮತ್ತು ಪ್ರೇರಣೆ ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ನೆನೆಯೋಣ. ಒಳ್ಳೆಯ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಮಾತ್ರ ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ಮಾಡುವ ಮನಸ್ಸಿತ್ತಿ ಮೂಡುತ್ತದೆ, ಒಳ್ಳೆಯ ಕೆಲಸವಾಗುತ್ತದೆ, ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ಮಾಡುವ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಶಕ್ತಿ ದೊರಕುತ್ತದೆ. ಒಳ್ಳೆಯ ಭಾವನೆ, ಒಳ್ಳೆಯ ಸಂಕಲ್ಪಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಳ್ಳೆಯ ಸಂಕಲ್ಪಗಳು ಒಳ್ಳೆಯ ಪರಿಣಾಮಗಳೆಡೆಗೆ ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ.

ಬನ್ನಿ, #PositiveIndia (ಹ್ಯಾಶ್ ಟ್ಯಾಗ್ Positive India) ದಲ್ಲಿ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡೋಣ. ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಸೇರಿ ಬಲಿಷ್ಠವಾದ ಧನಾತ್ಮಕ ಅಲೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕಿ ಮುಂಬರುವ ವರ್ಷವನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸೋಣ. ಈ ಒಗ್ಗಟ್ಟಿನ ಆವೇಗದ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಇದರ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಒಟ್ಟಾಗಿ ನೋಡೋಣ. ನಾನು ಮುಂದಿನ ಮನ್ ಕಿ ಬಾತ್ ನಲ್ಲಿ ಈ #PositiveIndia (ಹ್ಯಾಶ್ ಟ್ಯಾಗ್ Positive India)ದಲ್ಲಿ ಬಂದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ದೇಶವಾಸಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಖಂಡಿತ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ.

ನನ್ನ ಪ್ರೀತಿಯ ದೇಶವಾಸಿಗಳೇ, ಮುಂದಿನ ತಿಂಗಳು ಮನದ ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮೊಡನಿರುತ್ತೇನೆ. ಬಹಳಷ್ಟು ಮಾತುಗಳನ್ನು ಆಡಲು ಅವಕಾಶ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಅನಂತಾನಂತ ಧನ್ಯವಾದಗಳು. □

(64 ನೇ ಪುಟದಿಂದ)

ಸ್ವಚ್ಛ - ಶೌಚಾಲಯ

ಕಲ್ಪಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.



ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು/ ಚುನಾಯಿತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಜನರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ಯೋಜನೆ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕಾಗಿ ಮ್ಯಾರಥಾನ್ ಕೈಗೊಂಡಿರುವುದು.

ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

* ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹಿರಿಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಸ್ಪಾಟ್-ಕಾಂ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಗತಿ ಪರಿಶೀಲನೆ, ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲಾಗುವ ಹೊಸ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚುನಾಯಿತ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವ

ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಧನವನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಜಮೆ ಮಾಡುವಂತಹ "ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣಾ ಪದ್ಧತಿ"ಯನ್ನು (e-FMS) ದಿನಾಂಕ 01.04.2016 ರಿಂದ ಜಾರಿಗೆ ತಂದು ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲಾಗಿರುವ ಪ್ರಗತಿಯ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಲುವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಶೌಚಾಲಯಗಳ ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳನ್ನು Geo-Tag ಮಾಡಿ ಯೋಜನೆಯ IMIS ನಲ್ಲಿ (82%)ಆರೋಹಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. □

ಜಲ ಪರಿಶೋಧನೆ

ನೀರೇ ಜೀವ ಜಲ ಎಂಬುದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಗೊತ್ತಿರುವ ವಿಚಾರ. ಆದರೂ, ಅದು ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ದೊರಕುತ್ತಿದೆಯೆಂಬ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಅದಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ; ಜಲ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳಿರಲಿಲ್ಲ.

2030ರ ವೇಳೆಗೆ, ನೀರಿನ ಬೇಡಿಕೆ, ಪೂರೈಕೆಗಿಂತಲೂ ಶೇ. 40 ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗುವ ಕಾರಣ, ಇದೀಗ ನೀರಿನ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಜಾಗತಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅದೇ ವೇಳೆಗೆ ಪ್ರಪಂಚದ ಅರ್ಧದಷ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆ ನೆಲೆಸಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀ ಜಲಸಂಕಷ್ಟವಿರುತ್ತದೆ. ಭಾರತ ಸದ್ಯದಲ್ಲಿ ಜಲ ಸಂಕಷ್ಟದ ದೇಶವಾಗಲಿದ್ದು; ಇದನ್ನು ತೊಡೆದು ಹಾಕಲು ನಾವೆಲ್ಲಾ ಪರಿಶ್ರಮಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ನೀರಿನ ದಕ್ಷ; ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬಳಕೆ, ಹಿತಮಿತ ಉಪಯೋಗ ಇಂದಿನ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನೀರಿನ ಪರಿಶೋಧನೆ, ನಷ್ಟವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿ, ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಜಾಣ್ಮೆಯಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕ್ರಮವಾಗಿದೆ. ಗೃಹಬಳಕೆ, ವಿದ್ಯುತ್, ಔದ್ಯಮಿಕ ಹಾಗೂ ನೀರಾವರಿ ಮೊದಲಾದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನೀರಿನ ಬಳಕೆ ತಗ್ಗಿಸುವುದನ್ನು ಪುನರ್ಬಳಕೆ, ಪುನರಾವರ್ತನೆ ಇಂದಿನ ಮಂತ್ರಗಳಾಗಿವೆ.

ನೀರಿನ ಪರಿಶೋಧನೆ, ವಿತರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನೀರಿನ ಬಳಕೆದಾರರ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ ತನ್ಮೂಲಕ ಆ ನೀರಿನ ಲಭ್ಯತೆ ಸುಧಾರಿಸಿ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸುಲಭಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಜಲ ಪರಿಶೋಧನೆಯ ಹೆಜ್ಜೆಗಳು

ನೀರು ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ ಅಧ್ಯಯನ : ನೀರಿನ ಮೂಲಗಳ ಅಸ್ತಿತ್ವದ ನಕ್ಷೆ, ವಿತರಣೆ ಜಾಲ, ನೀರು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಸೇವಾ ವಿತರಣಾ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚುವರಿ / ತ್ಯಾಜ್ಯ ನೀರಿನ ಹಿಂಪಡೆಯುವಿಕೆ. ಮೊದಲಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇದು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮುಂದಿನ ನೀರಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲು

ನಿಮದಿದು ತಿಳಿದಿಯೇ?

ಸದ್ಯದ ನೀರು ಬಳಕೆ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಅಂಕಿ ಅಂಶ ಅಗತ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಳೆ ಬೀಳುವ ಪ್ರಮಾಣ ಮಳೆ ನೀರು ಕೊಯ್ಲು, ಪುನರಾವರ್ತಿತ ನೀರಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ನೀರಿನ ಕಚ್ಚಾ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಹಂತದಲ್ಲಿನ ಲಭ್ಯತೆ, ಅಲ್ಲಿಂದ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಸಾಗಣೆಯಾಗುವ ರೀತಿ, ಮುಂದೆ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವ ಮಾದರಿ, ಅಲ್ಲಿಂದ ವಿವಿಧ ವಿತರಣಾ ಜಾಲಗಳಿಗೆ ವರ್ಗಾವಣೆಯಾಗುವ ನಮೂನೆ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಬಳಕೆದಾರರ ಮಾದರಿ ಎಲ್ಲವನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮುಂದಿನ ವಿಸ್ತರಣಾ ಕಾರ್ಯ, ಪುನರುತ್ಥಾನ, ಆಧುನೀಕರಣಕ್ಕೆ ನೆರವಾಗುತ್ತವೆ.

ನೀರಿನ ಗುಣಮಟ್ಟ

ವಿತರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ನೀರಿನ ಗುಣದ ಬಗ್ಗೆ ಕೂಡಾ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಉಸ್ತುವಾರಿ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಶುದ್ಧತೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಿ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ನೀರಾವರಿ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಬಳಕೆ, ಜಲವಿದ್ಯುತ್, ಸ್ಥಾನಿಕ ನೀರು ಪೂರೈಕೆ ಶಾಖೋತ್ಪನ್ನ ವಿದ್ಯುತ್ ತಯಾರಿಕೆ ಮೊದಲಾದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಈಗಿರುವ ನೀರಿನ ಬಳಕೆ ಪ್ರಮಾಣ ಅರಿಯುವುದು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ದಕ್ಷ ಬಳಕೆ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸದ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಅವಲೋಕಿಸಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಉನ್ನತೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಲಯ, ಮಟ್ಟ, ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ನೀರಿನ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬಳಕೆ ಮೇಲೆ ನಿಗಾವಹಿಸಿ ಹಣ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಮೀಟರ್ ಅಳವಡಿಕೆಗೆ ನಿರ್ದೇಶಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ನೀರು ಪೋಲಾಗುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

ತ್ಯಾಜ್ಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ: ಗೃಹೋಪಯೋಗದ ತ್ಯಾಜ್ಯ ನೀರು, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಂದ ಬರುವ ತ್ಯಾಜ್ಯ ನೀರು ಹೊರಬಿಡುವ ಪರಿಸರ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕಿದೆಯೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಾತರಿ ಪಡಿಸಲು ಪರೀಕ್ಷೆ ಪರಿಶೀಲನೆ ನಡೆಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಈ ನೀರನ್ನು ಮರು ಬಳಸಲು ಇರುವ ಮಾರ್ಗೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

ನೀರು ಪರಿಶೋಧನಾ ವರದಿ : ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ನೀರು ಪರಿಶೋಧನೆಯನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಮುನ್ನ ಸೂಕ್ತ ಯೋಜನೆ ತಯಾರಿ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟದ ನಿಗದಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅತ್ಯವಶ್ಯಕ. ಒಂದು ಸೇವೆಗಾಗಿ ನಿಗದಿಯಾದ ನೀರಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಹಾಗೂ ಬಳಸಲಾದ ನೀರಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಆಧರಿಸಿ, ಜಲ ಪರಿಶೋಧನಾ ವರದಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬಹುದು.



ಪೋಲಾದ ನೀರಿನ ಪ್ರಮಾಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆ ಅವಲೋಕಿಸಿದ ನಂತರ ಪೋಲಾದ ನೀರನ್ನು ಅಲ್ಲಿಯೇ ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ದೇಶದ ನೀರಿನ ಅತ್ಯಧಿಕ ಅಂದರೆ, ಶೇಕಡ 83 ರಷ್ಟು ನೀರಿನ ಬಳಕೆ, ನೀರಾವರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನೀರಿನ ಸದ್ಬಳಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರತಿ ಹನಿಗೂ ಹೆಚ್ಚು ತೆನೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮುಂಚೂಣಿಗೆ ಬಂದಿದೆ. ನೀರಾವರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನೀರಿನ ದಕ್ಷ ಬಳಕೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ನೀರು ಉಳಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಅದರಿಂದ ನೀರಾವರಿ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಕೃತಿಯ ಅಮೂಲ್ಯ ಕೊಡುಗೆಯಾದ ನೀರಿನ ಸದ್ಬಳಕೆ ಪ್ರತಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕಾಳಜಿಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ನಡೆಯಬೇಕಿದೆ. □

ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತದ ನೋಟು ಅಮಾನ್ಯದ ನಂತರ ನಗದು ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿದ್ದು, ನಗದು ಬದಲು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಹಣ ಪಾವತಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ದೊರೆಯುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ತಿಳಿಸಿದೆ.

ಮುಂಬೈನಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ ವರದಿಯನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ್ದು, ಪ್ರಮುಖ ವಾಣಿಜ್ಯ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಕಾರ್ಡ್ ಪಾವತಿ ಅಥವಾ ಚೆಕ್ ಮೂಲಕ ವಿತರಣೆ ಬದಲು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ನೀಡಿದೆ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದೆ. ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಹಣ ಪಾವತಿಗೆ ಜನರು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಚೆಕ್ ವಹಿವಾಟು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಆರ್.ಬಿ.ಐ. ಅಗತ್ಯ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತದ ನೋಟು ಅಮಾನ್ಯದ ನಂತರ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಆರ್‌ಬಿಐ ತಿಳಿಸಿದೆ.

* * *

ವಾರ್ತಾ ವಿಶ್ಲೇಷ

ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶಗಳ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ನಿವಾರಣೆ ಕುರಿತ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಸಮಿತಿ ಸಭೆ ದೆಹಲಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಶ್ರೀ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿಯವರ ಅಧ್ಯಕ್ಷತೆಯಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ನಡೆಯಿತು. 2022ರ ವೇಳೆಗೆ ದೇಶಾದ್ಯಂತ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿವಾರಣೆಯಾಗಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಆಹಾರಗಳು ದೊರೆಯುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಎಲ್ಲಾ ಸಚಿವಾಲಯಗಳು ಕಾರ್ಯ ಸೂಚಿಸಿದ್ದು, ಅಲ್ಲದೇ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ನಿವಾರಣೆಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಹಂತದಲ್ಲೂ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಯಬೇಕು ಎಂದು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಗಳು ಸೂಚನೆ ನೀಡಿದರು. ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ, ಇಂದ್ರ ಧನುಷ್ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ಕೇಂದ್ರ ಇಲಾಖೆಗಳು ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಬೆಂಬಲ ನೀಡಬೇಕು ಎಂದರು.

* * *

“ಬಯಲು ಶೌಚ ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸುವುದೇ ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಮಿಷನ್ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ; ವಿಜಯಪುರ ಜಿಲ್ಲೆ ಹೊರತು ಪಡಿಸಿ ರಾಜ್ಯದ ಬಹುತೇಕ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಶೌಚಾಲಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಕಾರ್ಯ ಭರದಿಂದ ಸಾಗಿದೆ; ವಿಜಯ ಪುರದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಶೇಕಡ 35 ರಷ್ಟು ಸಾಧನೆಯಾಗಿದೆ; ಇದನ್ನು ಚುರುಕುಗೊಳಿಸಲು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಪಂಚಾಯತ್ ರಾಜ್ ಖಾತೆ ಸಚಿವ ಶ್ರೀ ಹೆಚ್.ಕೆ. ಪಾಟೀಲ್ ವಿಧಾನ ಪರಿಷತ್ತಿಗೆ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

“ವಿಶ್ವ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನೆರವಿನ ಗ್ರಾಮ ಸ್ವರಾಜ್ 2 ನೇ ಹಂತದ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯನ್ನು, ವಿಶ್ವ ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ; ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಶಂಸೆ ಮಾಡಿರುವ ಬ್ಯಾಂಕ್ 2 ಸಾವಿರ ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡಲು ಮುಂದೆ ಬಂದಿದೆ” ಎಂದು ಸಚಿವರು ತಿಳಿಸಿದರು.



Subscription Coupon

[For New membership /Renewal/Change of Address]

I want to subscribe to :

Yojana / Kurukshetra / Ajkal / : 1 yr. Rs.230/-; 2 yrs, Rs.430/- ; 3 yrs, Rs.610/-

Bal Bharati : 1 yr. Rs.160/-; 2 yrs, Rs.300/- ; 3 yrs, Rs.420/-

(Circle the magazine of your choice and the period of subscription)

DD/PO/MO No. _____ date _____

Name (in block letters) : _____

Subscriber's profile : Student / Academician / Institution / Others

Address : _____

PIN : _____

The amount may kindly be sent in the form of D.D. It should be drawn in favour of ADG (I/C), Publications Division, Min. of I & B, GOI and payable at New Delhi. The D.D. along with duly filled coupon may kindly be sent to The Business Manager (Journals), Publications Division, Ministry of Information & Broadcasting, Room No. 48-53, Sookna Bhawan, CGO Complex, Lodhi Road, New Delhi * 110 003.

Please allow us 4 to 6 weeks for the dispatch of the first issue.

P.S. : For Renewal / change in address, please quote your subscription number

To Subscribe Online
Log on to
<http://publicationsdivision.nic.in/>,
in collaboration with bharatkosh.gov.in