

VOL. 4 | ISSUE 2 | FEB. 2018
(UGC Approved Journal No. 63716)



ISSN: 2454-5503
IMPACT FACTOR: 4.197 (IIJIF)

CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A BIMONTHLY REFEREED INTERNATIONAL JOURNAL

SPECIAL ISSUE

On the Occasion of One Day International Conference On

RECENT ADVANCES IN LANGUAGES, LITERATURE AND SOCIAL SCIENCES


17th February, 2018

(BOOK- 1)

Guest Editors

**Prof. G. N. Sonwane
Dr. Shirish Kadu**




PRINCIPAL
Dr. M. K. Umathe College
Nagpur - 440022

ORGANIZED BY
MGEWS

**CENTRE FOR HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES,
KALYAN, DIST. THANE &
NEW MAN INTERNATIONAL JOURNAL OF
MULTI-DISCIPLINARY STUDIES, PARBHANI**

www.newmannpublication.com

CONTENTS

1. मानवी हस्तक्षेप, जागतिक तापमान वाढ आणि परिणाम	प्रा.वालाजी आर. गुरुडे प्रा. डॉ. प्रकाश के. मोरखंडे	06
2. स्वामी विवेकानंदाचा मानवतावादी दृष्टीकोण	प्रा.माणिक एम. कदम	10
3. पाश्चिमात्य विचारांचे निर्माते – सॉक्रेटिस	प्रा.राजेश कांबळे	12
4. "कहार जमातीची" दशा आणि दिशा	पांडव संदीप राजामाऊ	14
5. पंचायत राज व्यवस्थेतील महिलांचा सहभाग	डॉ.रामराज गावंडे	17
6. जागतिकीकरणाचे परिणाम	डॉ. सुनंदा एकनाथराव आढेर	19
7. बालगृहातील दुर्घर आजारग्रस्त बालकांचा समाजशास्त्रीय परिप्रेक्ष्यातून अभ्यास	डॉ. प्रमिला भुजाडे	22
8. आधुनिक काळात ग्रामीण स्त्रियांचे आरोग्य : एक वास्तविकता	प्रा.डॉ.अन्सारी एस.जी.	26
9. बालकामगार कायदे आणि बालकामगारांची स्थिती	डॉ. आहिरे पी. बी प्रा. सिताराम के. मोगल	28
10. हुंडाबळी नैतिक समस्या	डॉ. आंबटकर वि. ओ.	30
11. शिवाजी महाराजांच्या स्वराज्य स्थापनेत मुस्लीमांचे योगदान	प्रा.डॉ.अनिल ठाकरे	33
12. मानवाधिकार: मानवी जिवनातील मुलभूत अधिकार	आकाप शेषराव बांगर	35
13. ग्रामीण शिक्षणावर माहिती तंत्रज्ञानाचा झालेला परिणाम	कु. महाजन सविता प्र.	38
14. ग्रंथालयातिल अमुद्रित साहित्याचे व्यवस्थापन	राजकुमार ग.बोंडे	41
15. जागतिकीकरणाचे समाजव्यवस्थेवर होणारे परिणाम	डॉ.सुरेखा वैजनाथराव दाडगे	46
16. भारतातील महिला सबलीकरण व राजकारण	डॉ.ढाले एस.यु.	48
17. डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांचे संघटनाविषयक विचार	गायकवाड प्रतिमा बाळासाहेब	51
18. कुतुबशाही लढाया व युद्धपध्दती	श्री मदन अशोकराव जाधव	53
19. भारतातील बदलती ग्रामीण समाजव्यवस्था	डॉ. बळीराम प. अवचार	55
20. माहिती आणि समाज संकल्पना	अतुल दत्तु जगताप	57
21. भारत और आसियान	डॉ. अनंत मदन आवटी	61
22. जैन धर्मियांचे महान तीर्थक्षेत्र: फलटण	डॉ.संतोष तुकाराम कदम	65
23. भारतीय संगीत शास्त्रातील एक अष्टपैलू व्यक्तीमत्त्व डॉ. लक्ष्मीनारायण गर्ग	जयश्री वि. कडू डॉ. शिरीश कडू	68
24. भारतीय अर्थव्यवस्था आणि शेती विकास	डॉ. विजय एच नागरे	69
25. डॉ. साहेब खंदारे यांचे "व्यक्तिगतग्रंथालय"	डॉ. घ.ना.पांचाळ	72
26. निवडणूका आणि मतदार वर्तन	प्रा.डॉ. राहुल पंडित	74
27. 'फास्टफुड सेवनाचा मानवी आरोग्यावर होणारा परिणाम एक समाजशास्त्रीय अभ्यास	प्रा. पुंडगे भिमराव दलितराव	76
28. भारत : रोकड विरहीत अर्थव्यवस्था- साधने, सवलती फायदे व दक्षता	डॉ.रोडे दिगंबर भगवानराव	77
29. दहशतवादाचे बदलते स्वरूप	प्रा.भाऊसाहेब सांगळे	80
30. भाषेच्या विकासातील शालेय अभ्यासक्रमाची भूमिका	प्रविण चंद्रकांत इंगोले	83
31. पराक्रमी महार जात	डॉ. प्रकाश संभाजी वाघमारे	85
32. महिला आणि चाळीशीतील आरोग्य	सय्यद आफरोज अहेमद	89
33. नागपूर शहरातील कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहक संरक्षणाबद्दल असलेली जागरूकता ...	प्रा. कविता आर. बोरकर	91
34. मध्ययुगीन समतासुर्य – महात्मा बसवेश्वर	प्रा. डॉ. डी. पी. हिंगमिरे	100
35. आधुनिक काळातील ज्येष्ठांच्या समस्या : धोरण व उपाय	कु.शिखा जगदीश शर्मा	103
36. राष्ट्रीय चळवळीत विदर्भाचे योगदान 1885-1920 /	डॉ. उज्वला एस. साळवे	105
37. महिलांचे मानसिक आरोग्य	अश्विनी रांतोप वळसाणे	107
38. इयत्ता सातवीच्या विज्ञान विषयासाठी बहुआयामी पृच्छाधारित अध्ययन पध्दतीचा परिणामकारकतेचा अभ्यास	प्राजयता मेढेकर डॉ. मृदुला रानडे	112
39. उत्तर भारतीय संगीत के परिप्रेक्ष्य में पर्युजन रांगीत और उसके विविध प्रकार/श्रीमती विजल पटेल	डॉ अनंता थते	118



“नागपूर शहरातील कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थ्यांनीमध्ये ग्राहक संरक्षणाबद्दल असलेली जागरूकता : एक चिकित्साक अभ्यास”

प्रा. कविता आर. बोरकर

गृहअर्थशास्त्र विभाग प्रमुख

डॉ. एम.के. उमाठे कॉलेज, नागपूर मो.नं. : 9730538882

प्रस्तावना

जगातील प्रत्येक व्यक्ती ही जन्मापासून ग्राहक असते. बाजारपेठेत ग्राहकाचे स्थान महत्त्वाचे मानले जाते. ग्राहक म्हणजे वस्तू खरेदी करणारी व्यक्ती; वस्तू खरेदी करून वस्तूची किंमत देणाऱ्याला ग्राहक मानायचे. व्यक्तीला जीवित राहण्यासाठी अनेक भौतिक वस्तू व सेवांची गरज असते. त्यामुळे अशा उपभोग्य वस्तू जेथे मिळतात, त्यावर व्यक्तीला अवलंबून राहावे लागते. त्या अर्थाने जगातील प्रत्येक व्यक्ती ग्राहक अथवा उपभोक्ता आहे. कारण प्रत्येक व्यक्तीला आपल्या गरजा व आवश्यकतांची पूर्तता करण्यासाठी अनेक उपभोग्य वस्तूंची खरेदी करावी लागते.

समजा सर्व गोष्टी वितरकांनी उपलब्ध करून देवल्या असतील. उत्पादन कितीही चांगल्या दर्जाचे असेल, आकर्षक असेल, वितरण व्यवस्थाही चांगली असेल; परंतु त्यांना खरेदी करणारा ग्राहक अथवा उपभोक्ताच नसेल तर ह्या संपूर्ण व्यवस्थेचा काहीही उपयोग होणार नाही.

ग्राहकाअभावी उद्योग, बाजारपेठा ठप्प होतील, आर्थिक विकासाची घडी विस्कटेल. म्हणूनच Consumer is King Pin of Democracy असे म्हटले जाते. बाजारपेठेत ग्राहकाचे स्थान अत्यंत महत्त्वाचे असते. म्हणून 'ग्राहक हाच दैवत' अशी विक्रेत्यांची धारणा असते. आर्थिक विकेंदीकरण म्हणजे ग्राहक केंद्रस्थानी ठेवून उभारलेली ग्राहकाभिमुख अर्थव्यवस्था (Consumer Oriented Economy) होय. कल्याणकारी अर्थव्यवस्था समाजजीवनात रुजवायची असेल तर ग्राहक जास्तीत जास्त जागृत असला पाहिजे.

उपभोक्ता अथवा ग्राहकाला अर्थव्यवस्थेचा 'राजा' असे संबोधले जात असले तरी प्रत्यक्ष व्यवहारात मात्र त्याची स्थिती फार चांगली आहे असे अनुभवास येत नाही. सतत वाढत असलेल्या किंमती, साठेबाजी, भेसळ, हलक्या व कनिष्ठ दर्जाच्या वस्तूंचा पुरवठा, खोटेपणा व फसव्या जाहिराती यासारख्या अनेक समस्यांमुळे ग्राहकांवर सतत अन्याय होत असतो. कागदोपत्री व प्रत्यक्ष देखाव्यात 'राजा' असणारा

ग्राहक प्रत्यक्ष व्यवहारात मात्र प्रत्येक जागी नाडवला जाणारा रंक असतो. हे रोजच अनुभवास येते. ग्राहकाच्या तुलनेत वितरकाची आर्थिक स्थिती, प्रतिष्ठा, ग्राहकाला पटविण्याचे कौशल्य यामुळे सतत ग्राहकांची फिलवणूक व फसवणूक होत असते.

राध्याचे युग हे ग्राहकाचे किंवा उपभोगकत्याचे आहे. ग्राहकांना आवणूक आणि परत असलेली वस्तूच उत्पादकांना तयार करावी लागते. असे दिसत असले तरी विविध मार्गांनी त्या ग्राहकाचीच फसवणूक केली जात असते. उत्पादक व व्यापारी संघटित असल्यामुळे ते ग्राहकांचे शोषण करतात.

ग्राहक हे विखुरलेले असल्यामुळे ते असंघटित असतात. अनेक ग्राहक गरीब असतात. त्यांना आपल्या हक्कांची जाणीव नसते. त्यामुळे विविध प्रकारे फसविले जातात. मालात भेसळ करणे, किंमत जास्त आकारणे, कृत्रिम टंचाई निर्माण करणे, त्रुटीपूर्ण सेवा देणे, काळ्या बाजारात वस्तू विकणे, वस्तूचे वजनमाप, संख्या कमी देणे, दिलेले आश्वासन पूर्ण न करणे इत्यादी स्वरूपात ग्राहकांचे शोषण केले जाते. यापासून ग्राहक स्वतःचे संरक्षण करण्यास असमर्थ ठरतो. अशा वेळी सरकारला पुढाकार घेऊन ग्राहकांच्या किंवा उपभोक्त्यांच्या हक्कांचे संरक्षण करणे आवश्यक ठरते.

ग्राहक म्हणजे कोण?

ग्राहक म्हणजे अशी व्यक्ती की, जी वस्तू विकत किंवा व्यावसायिक उपयोगाकरिता घेते. यामध्ये पुनर्विक्री किंवा व्यावसायिक उपयोगाकरिता घेतलेल्या वस्तू समाविष्ट नसतात.

खरेदी-विक्री मधला महत्त्वाचा घटक म्हणजे ग्राहक होय. स्वतःच्या पसंतीची वस्तू खरेदी करण्यात तर आनंद वेगळाच असतो; परंतु असा आनंद आजच्या धावपळीच्या जीवनात सगळ्यांनाच मिळतो असे नाही. काही ग्राहकांची स्वस्तात मस्त या जाहिरातबाजीमुळे फसगत झालेली असते तर काहींना आपण फसलो हे सुद्धा कळत नाही. दैनंदिन कामे सांभाळून अपुरा वेळ, मालाची गुणवत्ता ओळखण्याच्या बाबतीत अज्ञान व मुख्यतः ग्राहकाच्या

हक्काची जाणीव नसलेली 'देई वाणी घेई वाणी' या शब्दांनी वणाची अशी खरी असते. ही दुरवस्था टाळण्यासाठी शाळेतील व महाविद्यालयातील विद्यार्थ्यांपासून ग्राहक जागरूकता निर्माण करणे अत्यावश्यक आहे.

ग्राहक चळवळीचे परिणाम

जगातील सर्वच देशांत ग्राहक चळवळी निर्माण झाल्या आहेत. इतकेच नव्हे तर या चळवळी अतिशय मजबूत आहेत. स्वातंत्र्यानंतर भारतातदेखील ग्राहक चळवळ सुरू झाली. 1975 नंतर देशात ग्राहक चळवळीचे महत्त्व लोकांना जाणवू लागले. ग्राहक चळवळीचे अतिषय चांगले परिणाम झाले असून ते पुढीलप्रमाणे :

1. लोकांमध्ये जागृती
2. फसवणूकीबाबतचे ज्ञान
3. भेसळीची माहिती
4. अनुचित व्यवहारावर नियंत्रण
5. ग्राहकहित संरक्षण कायदा
6. सर्वत्र ग्राहक मंचाची स्थापना
7. ग्राहक चळवळीचा उत्पादक, व्यापारी आणि विक्रेत्यांवर प्रभाव

भारतात असंख्य ग्राहक अशिक्षित व असंघटित आहेत. ते उत्पादकांच्या दोशांकडे दुर्लक्ष करतात. आपली फसवणूक होत आहे हे माहित असतानाही ते तक्रार करायला पुढे येत नाहीत. जर एखादे आंदोलन किंवा एखादी चळवळ सुरू झाली तर तिला सर्वांचे सहकार्य मिळत नाही व ती मध्येच खंडित होते. भारतात ग्राहकांच्या हक्कांची जाणीव करून देण्याची प्रभावी योजना अस्तित्वात नाही ग्राहकांच्या फसवणूकीला त्यांच्या चळवळीला कायद्याचा आधार असणे आवश्यक असते.

ग्राहकांचे संरक्षण व्हावे यासाठी केंद्र सरकारने विविध कायदे केलेले आहेत.

त्यापैकी काही प्रमुख कायदे पुढीलप्रमाणे आहेत अन्नभेसळ प्रतिबंध कायदा, 1954

१. आवश्यक वस्तू कायदा, 1955
२. मक्तेदारी व अनिष्ट व्यापारी प्रथा नियंत्रण कायदा, 1965
४. वजन व मापे कायदा, 1975
३. वेष्टन बंद पदार्थांचा कायदा, 1975
४. ग्राहक संरक्षण कायदा, 1986.

ग्राहकांचे अधिकार

१. माहिती मिळविण्याचा अधिकार
२. निवड करण्याचा अधिकार
३. संरक्षणाचा अधिकार

४. मत मांडण्याचा अधिकार
५. तक्रार निवारण्याचा अधिकार
६. ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार
७. स्वच्छ आणि आरोग्यदायी अधिकार
८. मूलभूत गरजा भागविण्याचा अधिकार

प्रस्तुत अध्ययनाची उद्दिष्टे

नागपूर शहराची औद्योगिक प्रगती होत आहे. नागपूर शहरातील त्यांच्या करिक्युलममध्ये अशा प्रकारचा विकास आहे काय? विविध भागातील महाविद्यालयांचा विकास होत आहे, तसेच विद्यार्थिनींमध्ये वेगवेगळ्या विषयासंबंधी जागरूकता निर्माण होत आहे. त्याकरिता ग्राहक संरक्षणाबद्दल असलेली जागरूकता जाणून घेणे तसेच याविषयी अध्ययन करणे हाच संशोधनाचा मुख्य उद्देश आहे. त्यानुसार अध्ययनासाठी खालील उद्देश निश्चित करण्यात आले आहेत :

१. ग्राहक प्रबोधनाच्या शिक्षणाविषयी माहिती जाणून घेणे.
२. विद्यार्थिनींमध्ये जागरूकता कितपत आहे हे जाणून घेणे.
३. विद्यार्थिनींना ग्राहकतेबद्दल माहिती आहे का, हे जाणून घेणे.
४. विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहक हक्क व त्याची जबाबदारी याविषयी माहिती आहे का, हे जाणून घेणे.
५. संबंधित माहितीविषयीचे विद्यार्थिनींने मूल्यमापन करणे.

संशोधकाची गृहीतके

१. विद्यार्थिनींना ग्राहकतेविषयी ज्ञान असते.
२. ग्राहक चळवळीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे.
३. शासनाचे ग्राहक संरक्षण धोरण आणि जाहिरातीमुळे विद्यार्थिनी ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे.
४. विद्यार्थिनींच्या ग्राहक जागरूकतेमुळे त्यांची होणारी फसवणूक कमी होत आहे.
५. विद्यार्थिनींना ग्राहकांची तक्रार नोंदवून घेणाऱ्या संस्थांची माहिती असते.
६. विद्यार्थिनींना अन्नभेसळविषयी ज्ञान असते.
७. विद्यार्थिनींना अन्न व औषध प्रशासन, महाराष्ट्र शासन, वजन व मापेविषयी वैधता, मापनशास्त्र विभाग इत्यादींविषयी ज्ञान असते.
८. विद्यार्थिनींना ग्राहक संघटना व ग्राहक न्यायालय याविषयी माहिती असते.
९. विद्यार्थिनींना वजन व मापात होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती आहे.
१०. विद्यार्थिनींना जाहिरातींमध्ये होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती आहे.

११. विद्यार्थि-नीना 'राष्ट्रीय ग्राहकदिन' आणि 'जागतिक ग्राहकदिन' याबाबत माहिती आहे.

विषयाची मर्यादा

१. हा अभ्यास केवळ नागपूर शहरापुरताच मर्यादित आहे.
२. नागपूर शहरातील कनिष्ठ महाविद्यालयांमधील विद्यार्थि-नीपुरताच मर्यादित आहे.
३. हे संशोधन सर्वेक्षण स्वरूपाचे आहे, प्रायोगिक स्वरूपाचे नाही.
४. समग्र अध्ययन शक्य नसल्याने केवळ नमुना निवड पद्धतीचा उपयोग केला आहे.
५. नमुना निवडीच्या मर्यादा अभ्यासात येणे अपरिहार्य आहे.
६. संशोधनातील उत्तरदाते माहिती देण्यासाठी काही प्रमाणात टाळाटाळ करणे ही अभ्यासाची मर्यादा आहे.

साहित्य समालोचन

प्रत्येक व्यक्ती ही ग्राहक असल्यास, ग्राहक प्रबोधनाचे महत्त्व जाणून घेऊन ते आचरणात आणून महाविद्यालयातील विद्यार्थि-नींच्या मनावर त्यांच्या तरुण वयातच ग्राहक प्रबोधनाचे तत्त्व बिंबविल्यामुळे भविष्यात ग्राहक समस्यांची उकल करून त्या सोडवून घेण्यासाठी पार्श्वभूमी तयार करणे आणि विविध ग्राहक संरक्षणाच्या कार्यात महाविद्यालयातील विद्यार्थि-नींना सहभागी करून घेण्यामुळे त्यांच्यात ग्राहक शिक्षणाचा प्रचार होऊन त्यांना जागृत करण्यावद्दल ज्ञान देणे आहे. हे जाणून घेण्याच्या उद्देशाने साहित्य समालोचनाचा समावेश करण्यात आला आहे. यात 1) ऐतिहासिक पार्श्वभूमी 2) ग्राहक म्हणजे काय? 3) ग्राहक संरक्षण संदर्भात इतर कायदे 4) संबंधित विषयाचा संशोधन आढावा. संशोधन पद्धती

'संशोधन' हा शब्द इंग्रजी भाषेतील 'Research' या इंग्रजी शब्दासाठी पर्यायी शब्द आहे. 'Research' चा भाषिक अर्थ असे व्यक्ती करतो की, एखाद्या हरविलेल्या वस्तूचा शोध घेतला; परंतु ती मिळाली नाही, म्हणून तिचा पुन्हा शोध घेण्याची प्रक्रिया, असा आहे. याचा भावार्थ असा की, आपल्याला एखादी वस्तू ज्ञात आहे ती आपल्याजवळ होती परंतु, घुळून ती हरविलेली आहे आणि तिच्या पुनप्राप्तीसाठी तिचा पुन्हा पुन्हा शोध घेतला जात आहे. म्हणूनच 'Research' चा अर्थ अपर्याप्त ठरतो. वैज्ञानिक दृष्टिकोनातून पाहिल्यास येथे हरवलेल्याचा शोध नाही तर अस्तित्वात असूनही ती अज्ञान आहे. हे संकेत उपलब्ध आहेत किंवा जे अदृश्य स्वरूपात आहेत त्यांना बाहेर काढून त्यावरील आवरणे वाजूला

करणे किंवा अदृश्याला दृश्यमान बनविणे म्हणजे संशोधन होय.

"अवलोकित तथ्यांचे व्यवस्थित व वस्तुनिष्ठ वर्गीकरण, सामान्यीकरण आणि प्रमाणीकरण करणे म्हणजेचे संशोधन होय."

— जॉर्ज ए. लुण्डबर्ग

विषयाचे महत्त्व

- जागरूक ग्राहकांची संकल्पना विद्यार्थि-नींमध्ये रुजवून ग्राहक प्रबोधनावद्दल माहिती देणे, जेणेकरून भविष्यात जीवन जगण्यासाठी त्यांना त्यांचा उपयोग व्हावा.
- विद्यार्थि-नींमध्ये ग्राहक हक्क व त्यांची जबाबदारी यावद्दल जागरूकता निर्माण करणे, त्यांच्यात प्रबोधनाची व सामाजिक जाणिवांची भावना निर्माण करणे.
- माफक वापराचे महत्त्व विद्यार्थि-नींमध्ये पटवून देऊन त्याप्रमाणे आचरण करणे. तसेच इतरांना सुद्धा त्याचे महत्त्व पटवून देणे. ज्यामुळे नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा काळजीपूर्वक वापर करण्यास हातभार लागेल.
- विविध उत्पादनांमधून आपल्याला हवे असलेले उत्पादन सुझावणे निवडण्याची योग्यता विद्यार्थि-नींमध्ये निर्माण करणे. विद्यार्थि-नींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण करणे.

संशोधनाचे क्षेत्र आणि व्याप्ती

संशोधनाचे क्षेत्र नागपूर शहरापुरते मर्यादित आहे. संशोधनकर्ती ही नागपूर शहराची रहिवासी आहे.

संशोधन आराखडा

संशोधकाला त्या कार्याचे पद्धतशीर नियोजन, त्याची रूपरेषा आणि मांडणीचे स्वरूप निश्चित व स्पष्ट करावे लागते. त्यालाच आराखडा असे म्हणतात. संशोधनास सुरुवात करण्यापूर्वी संशोधकाला प्रथमतः संशोधनाचा आराखडा तयार करावा लागतो. त्यात संशोधनाचा विषय, उद्देश, अध्ययन क्षेत्र, कालावधी, संशोधनासाठी आवश्यक असणारी माहिती संकलित करणे, तिच्या संकलनाच्या पद्धती निश्चित करणे, तथ्य संकलनाची सारणी ठरविणे, तथ्यांचे विश्लेषण, नमुना निवडीचे आधार ठरविणे, संशोधन कार्याचा खर्च व कालावधी इत्यादी बाबींवर संशोधन कार्याच्या सुरुवातीलाच विचार करावा लागतो. भविष्यात येणाऱ्या अडीअडचणी व समस्यांचादेखील त्याला अंदाज घ्यावा लागतो आणि या समस्या कशा सोडविल्या

जातील याचाही विचार त्याला अगोदरच करावा लागतो. अशाप्रकारे संशोधन कार्याची योजना आखणे म्हणजे संशोधनाचा आराखडा होय.

संशोधनाचा आराखडा तयार केल्यामुळे संशोधकाच्या कार्यात सुसूत्रता येते, त्यामुळे वेळ, शक्ति आणि पैसा यांचा अपव्यय टाळता येतो. म्हणूनच असे म्हटले जाते की, संशोधन आराखडा तयार करणे ही शास्त्रीय संशोधनाची पाहिली पायरी होय.

अध्ययन पद्धती आणि नमुना निवड

अध्ययन पद्धती

प्रस्तुत संशोधनाची अध्ययन पद्धती दोन समकावर आधारित आहे.

प्राथमिक तथ्य संकलन

प्राथमिक समक प्रश्नावलीद्वारे प्रत्यक्ष मुलाखती घेऊन माहिती गोळा केली आहे. नागपूर शहरातील 10 कनिष्ठ महाविद्यालयातील 600 विद्यार्थिनींचा समावेश करण्यात आला. हा न्यादर्श काही प्रमाणात प्रातिनिधिक व काही प्रमाणात सहेतुक असा आहे. विद्यार्थिनींकडून ग्राहक संरक्षणाविषयी संपूर्ण माहिती प्रत्यक्ष मुलाखत घेऊन प्रश्नावली द्वारे संग्रहित करण्यात आली. 10 कनिष्ठ महाविद्यालयातील 600 विद्यार्थिनी म्हणजेच नमुना निवडीप्रमाणे नमुन्याकडून प्रश्नावली भरून घेण्यात आल्या. ऑगस्ट 2014 ला 10 कनिष्ठ महाविद्यालयाकडून परवानगी घेऊन सप्टेंबर व ऑक्टोबर, 2014 ला नमुन्याकडून प्रश्नावली भरून घेण्यात आली. त्यासाठी 2 महिन्यांचा कालावधी लागला. यासाठी सर्वेक्षण उद्धृतीचा उपयोग करण्यात आला.

प्रस्तुत अध्ययनाकरिता अनुसूची/प्रश्नावली, प्रत्यक्ष निरीक्षण, प्रत्यक्ष संपर्क साधून, चर्चा इत्यादींचा अंतर्भाव करण्यात आला. सर्वप्रथम विस्तृत प्रश्नावली तयार करण्यात आली. प्रश्नावली तयार करतांना काही तथ्ये काढण्यात आली.

दुय्यम संकलन

प्रस्तुत अध्ययनाकरिता ग्राहक संरक्षण जागरूकतेबाबत माहिती, नियतकालीके, मासिके, वर्तमानपत्रे, हस्तलिखिते, अभिलेख, तज्ज्ञांचे संदर्भग्रंथ, विषयाशी संबंधित ग्रंथ प्रकाशित व अप्रकाशित आचार्य पदवी प्राप्त झालेल्या संशोधकांचे शोधप्रबंध, सरकारद्वारे प्रकाशित व अप्रकाशित अहवालांचा आधार इत्यादींचा संशोधकाने दुय्यम समक संकलनासाठी उपयोग करून प्रस्तुत शोधनिबंध पूर्ण केलेला आहे.

ब) नमुना निवड

प्रस्तुत विषयाची माहिती संकलन करण्यासाठी नमुना निवड करतांना नागपूर शहरातील 10 कनिष्ठ महाविद्यालयातील प्रत्येकी 60 एकूण 600 विद्यार्थिनींची दैव निदर्शन पद्धतीद्वारे खालीलप्रमाणे निवड करण्यात आली.

विभाग	कॉलेजचे नाव	कॉमर्स	आर्ट्स	विज्ञान
पूर्व विभाग	व्ही.एम.व्ही. कनिष्ठ महाविद्यालय	20	20	20
	विदर्भ बुनियादी महाविद्यालय	20	20	20
पश्चिम विभाग	डॉ. एम.के. उगाडे कॉलेज	20	20	20
	डॉ. आंबेडकर कॉलेज	20	20	20
उत्तर विभाग	सिंधी हिंदी महाविद्यालय	20	20	20
	दयानंद अर्पा कॉलेज	20	20	20
दक्षिण विभाग	कमला नेहरू कनिष्ठ महाविद्यालय	20	20	20
	नवप्रतिभा कनिष्ठ महाविद्यालय	20	20	20
मध्य विभाग	भिडे गर्ल्स ज्यु कॉलेज	20	20	20
	हिसलॉप कॉलेज	20	20	20
	एकूण	200	200	200

संकलित तथ्य सामग्रीचे विश्लेषण आणि निर्वचन

तथ्य संकलनाची माहिती विस्कळीत असल्याने त्यावरून निष्कर्ष काढता येत नाही. त्यामुळे तिचे विश्लेषण करणे आवश्यक असते. सुरुवातीला प्रश्नावलीकरिता योग्य उत्तरे असलेली बहुपर्यायी प्रश्नावलीची तपासणी करण्यात आली.

विश्लेषणात वर्गीकरण, सारणीयन, चलामधील संबंध व निष्कर्ष, मांडणी किंवा सामन्यीकरण इत्यादी पायऱ्यांचा समावेश होतो. त्यानुसार प्रस्तुत अध्ययनाकरिता सर्वेक्षणाद्वारे संकलित तथ्यांचे प्रथम समानतेच्या आधारे गट पाडून तथ्यांना संक्षिप्त स्वरूप प्रदान करून संख्याशास्त्रीय विश्लेषण करणे सोपे व्हावे म्हणून सारणीद्वारे प्रस्तुत करण्यात आले. सांख्यिकीय विश्लेषण

तथ्यांचे संकलन केल्यानंतर त्यांचे विश्लेषण करून नंतर सांख्यिकीय तंत्राचा उपयोग करण्यात आला. सांख्यिकीय तंत्राचा उपयोग करण्याचे कारण विषयाचे यथार्थ विश्वसनीय व प्रमाणित मापन करून त्या घटनेची पडताळणी करता येते, ही गोष्ट मापन तंत्राच्या साधनाने साध्य होते व सुनिश्चित परिणाम प्राप्त होतात. म्हणून सांख्यिकीय तंत्राचा उपयोग करण्यात आला. यात मुख्य सांख्यिकीय तंत्र खालीलप्रमाणे आहेत :

१. प्राप्त केलेल्या माहितीची शेकडेवारी (%) काढणे
२. Chi-Square (χ^2) test.

तसेच आवश्यक तेथे आकृतीद्वारे स्तंभालेख व वर्तुळ चित्राचे प्रस्तुतीकरण करण्यात आहे या सांख्यिकीय विश्लेषणातून निघालेल्या निष्कर्षाची चर्चा गृहीतकृत्यांची सार्थकता तपासण्यात आली.

संशोधनाची प्रस्तुती

संशोधन प्रक्रियेतील शेवटची पायरी म्हणजे संशोधनाचा अहवाल तयार करणे होय. संशोधनाचे कार्य पूर्ण झाल्यानंतर सविस्तर संशोधन अहवाल तयार करणे आवश्यक असते. विविध प्रकारच्या तंत्राचा वापर करून तथ्यांचे संकलन करण्यात आले आणि या संकलित तथ्यांचे पद्धतशीर सारणीयन, विश्लेषण आणि निर्वचन केल्यानंतर या तथ्यांचा आधारवारच निष्कर्ष सादर करण्यात आले आहेत. संशोधन कार्य संपल्यानंतर ते संशोधन लिखित स्वरूपात जनतेसमोर सादर करणे म्हणजे अहवाल-लेखन होय. त्यामुळे संशोधनकर्तीने केलेल्या संशोधनाची माहिती इतर लोकांनाही उपलब्ध होते. म्हणूनच संशोधनकर्तीने योग्य प्रकारे अहवाल तयार करून सादर केलेला आहे. संशोधन अहवालात संशोधनकर्तीने केलेल्या संशोधन कार्याचा आढावा घेऊन तो पद्धतशीर सादर करण्यात आलेला आहे. संशोधनकर्तीने आपल्या विषयाशी संबंधित अहवाल तयार करून त्या अहवालात महत्त्वपूर्ण सूचना व उपाययोजनादेखील सादर केलेल्या आहेत.

निष्कर्ष आणि शिफारशी

संशोधनाचे गृहीतकृत्यावरील निष्कर्ष

प्रस्तुत संशोधनातील संकलित माहितीचे विश्लेषण व स्पष्टीकरण करून पुढीलप्रमाणे निष्कर्ष निघालेले आहेत.

“विद्यार्थिनींना ग्राहकतेविषयी ज्ञान असते.”

प्राप्त माहितीच्या विश्लेषणानुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना ग्राहक म्हणजे कोण, याची वैशिष्ट्ये, त्यांचे कार्य याबद्दल माहिती आहे. तसेच खरेदी करतांना लागणारे कौशल्य, वस्तू निवड

व त्याबद्दल मोलमावाविषयी ज्ञान इत्यादी बाबी दिसून आल्या आहेत. सारणी क्र. 4.1, 4.2 आणि 4.3 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, विद्यार्थिनींना ग्राहकतेविषयी ज्ञान असते. यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले पहिले गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

“ग्राहक चळवळीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे.”

ग्राहक चळवळीमुळे अतिशय चांगले परिणाम झाले आहे, विद्यार्थिनींचे जागृती, फसवणुकीबाबतचे ज्ञान, भेसळीची माहिती इत्यादी तसेच ग्राहक चळवळीमुळे उत्पादक, व्यापारी आणि विक्रेत्यावर प्रभाव पडला आहे. इत्यादी सर्व बाबींचा मोठा प्रभाव म्हणजे ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण झाली आहे. त्यामुळेच खरेदी करतांना दर्जा, किंमत, भेसळ, वस्तूची हमी, अफवांकडे दुर्लक्ष करणे आणि जाहिरातींवर अतिविश्वास ठेवू नये इत्यादी गोष्टी ग्राहकांनी लक्षात घ्याव्या याबद्दल जागरूकता निर्माण झाली.

सारणी क्र. 4.4, 4.5 आणि 4.6 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, “ग्राहक चळवळीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे” यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

“शासनाचे ग्राहक संरक्षण धोरण आणि जाहिरातीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे.”

सर्वसामान्य ग्राहकांना आपल्या अधिकाराची जाणीव नसते. तसेच बरेचदा ग्राहक म्हणून आपले हक्क आणि कर्तव्य बजावतांना अनेक अडचणी येतात. या सर्व अडचणी सोडविण्यासाठी शासनाचे ग्राहक संरक्षण धोरण आणि त्यांच्या जाहिराती धोरणामुळे लोकांमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण झाली आहे. सारणी क्र. 4.7 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असे निष्कर्ष निघतो की, “शासनाचे ग्राहक संरक्षण धोरण आणि जाहिरातीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहकतेविषयी जागरूकता निर्माण होत आहे” यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींची ग्राहक जागरूकतेमुळे त्यांची होणारी फसवणूक कमी होत आहे."

सर्वसामान्य ग्राहकांच्या जागरूकतेमुळे त्यांची फसवणूक कमी होत आहे. विद्यार्थिनी वजनाबद्दल, शूणवत्तेबद्दल, दर्जाबाबत, धोक्याबाबत आणि किंमतीबद्दल इत्यादींसाठी जागरूकता झालेल्या दिसून येत आहेत. त्यामुळेच त्यांची होणारी फसवणूक ही आता कमी प्रमाणात होत आहे. सारणी क्र. 4.8 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, "विद्यार्थिनींची ग्राहक जागरूकतेमुळे त्यांची होणारी फसवणूक कमी होत आहे."

यावरून प्रस्तुत संशोधनाबाबत घेण्यात आलेले चौथे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींना ग्राहकांची तक्रार नोंदवून घेणाऱ्या संस्थांची माहिती असते."

विक्रेत्यांनी ग्राहकाला असमाधानकारक वस्तू आणि सेवांचा पुरवठा केल्यास त्याविरुद्ध तक्रार करून त्याचे निवारण करून घेण्याचा ग्राहकाला अधिकार आहे. त्याद्वारे ग्राहक न्याय मिळवून घेतात आणि त्यामुळेच ग्राहक न्यायव्यवस्थेचा किंवा संस्थांना आधार घेऊन आपल्या तक्रारी सोडवून घेऊ शकतो. सारणी क्र. 4.9 आणि 4.10 या मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की "विद्यार्थिनींना ग्राहकांची तक्रार नोंदवून घेणाऱ्या संस्थांची माहिती असते." यावरून प्रस्तुत संशोधनाअंती घेण्यात आलेले पाचवे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींना अन्नभेसळीविषयी ज्ञान असते."

ग्राहक जनजागृतीमुळे विद्यार्थिनींमध्ये अन्नभेसळीविषयी ज्ञान दिसून येते. भरपूर लोकांना त्याचा अनुभव आला असे दिसून येते. काही लोकांना अंतिम दिनांक झालेला पदार्थ दिसून येतो, तर काही लोकांना दुसरे पदार्थ मिसळलेल्या वस्तू मिळाल्या तसेच धान्यात खडे आणि नवीन पदार्थात जुना माल टाकल्याचा अनुभवसुद्धा आला. सारणी क्र. 4.11, 4.12 आणि 4.13 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की "विद्यार्थिनींना अन्नभेसळीविषयी ज्ञान असते." यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले सहावे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींना अन्न व औषध प्रशासन महाराष्ट्र शासन, वजन व मापेविषयी वैधता मापनशास्त्र विभाग इत्यादींविषयी ज्ञान असते."

विद्यार्थिनींना अन्न व औषध प्रशासनाविषयी तसेच मापनशास्त्र विभागाविषयी माहिती आहे. कारण वस्तू खरेदी करतांना उत्पादन तिथी बघणे, अंतिम तारीख बघणे, दर्जा बघणे तसेच कोणत्या कंपनीचे आहे बघणे, वजन बघणे, औषधातील घटक बघणे इत्यादी घटकांचा अन्न व औषध खरेदी करतांना उपयोग होतो. सारणी क्र. 4.14, 4.15 आणि 4.16 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, "विद्यार्थिनींना अन्न व औषध प्रशासन महाराष्ट्र शासन, वजन व मापेविषयी वैधता मापनशास्त्र विभाग इत्यादींविषयी ज्ञान असते." यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले सातवे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींना ग्राहक संघटना व ग्राहक न्यायालय याविषयी माहिती असते."

वाढत्या ग्राहक चळवळीमुळे आणि ग्राहक जागरूकतेमध्ये विद्यार्थिनींना ग्राहकांच्या संघटना व ग्राहक न्यायालय याबद्दल अधिक माहिती आहे असे दिसून येते. तसेच ग्राहक संघटनेचे कार्य काय आहे याबद्दलसुद्धा त्यांना माहिती आहे असे दिसून येते. यात चळवळी आंदोलन, न्याय मिळविणे, तक्रार निवारण इत्यादी कार्यांचा समावेश आहे. याबद्दल त्यांचे एकमत आहे असे दिसून येते, सारणी क्र. 4.17 आणि 4.18 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, "विद्यार्थिनींना ग्राहक संघटना व ग्राहक न्यायालय याविषयी माहिती असते." यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले आठवे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

"विद्यार्थिनींना वजन व मापात होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती असते."

ग्राहकांना बाजारपेठेतील मालाची गुणवत्ता, वजन, क्षमता, शुद्धता, दर्जानुसार किंमत जाणून घेण्याचा अधिकार आहे. त्यामुळे त्यांची फसवणूक होत नाही. त्यामुळेच विद्यार्थिनींमध्येसुद्धा याबद्दल जागरूकता दिसून येते. त्यामुळेच विद्यार्थिनींना वजन व मापात होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती आहे. सारणी क्र. 4.19 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, "विद्यार्थिनींना वजन व मापात होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती असते." यावरून प्रस्तुत

संशोधनासाठी घेण्यात आलेले नवे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

“विद्यार्थिनींना जाहिरातींमध्ये होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती आहे.”

ग्राहक जागरूकतेमुळे, जाहिरातीद्वारे होणारी फसवणूक ज्यामध्ये अवास्तव आश्वासनाद्वारे ग्राहकांना विशेष वस्तू घेण्यास भाग पाडल्या जाते. अशा जाहिरातींविषयी विद्यार्थिनींमध्ये जागरूकता दिसून येत आहे. सारणी क्र. 4.22 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, “विद्यार्थिनींना जाहिरातींमध्ये होणाऱ्या फसवणुकीविषयी माहिती आहे.” यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले दहावे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

“विद्यार्थिनींना राष्ट्रीय ग्राहक दिन आणि जागतिक ग्राहकदिन याबात माहिती आहे.”

विद्यार्थिनींना जागतिक ग्राहकदिन कोणता यावर जास्तीत जास्त विद्यार्थिनींनी 15 मार्च हा योग्य पर्याय सांगितलेला असल्यामुळे त्यांना त्याबद्दल माहिती आहे असे दिसून येते. सारणी क्र. 4.20 आणि 4.21 मध्ये केलेल्या विश्लेषणानुसार हे गृहीतकृत्य Chi-Square या सांख्यिकीय तंत्राच्या मदतीने सार्थक ठरते. यावरून असा निष्कर्ष निघतो की, “विद्यार्थिनींना राष्ट्रीय ग्राहक दिन आणि जागतिक ग्राहकदिन याबात माहिती आहे.” यावरून प्रस्तुत संशोधनासाठी घेण्यात आलेले शेवटचे गृहीतकृत्य खरे ठरले आहे.

संशोधनाचे इतर निष्कर्ष

प्रस्तुत संशोधनातील इतर निष्कर्ष पुढीलप्रमाणे आहेत :

1. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, कनिष्ठ महाविद्यालयात 15-20 या वयोगटाच्या विद्यार्थिनीं जास्त आहेत.
2. प्राप्त माहितीनुसार कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींचे कौटुंबिक उत्पन्न हे रु. 60,000-90,000 या गटात जास्त आहे.
3. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनी वस्तु खरेदी करतांना, स्वतःसाठी खरेदी करण्याला जास्त प्राधान्य देतात.
4. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनी स्वतःसाठी खरेदी करतांना शालेय साहित्य व इतर साहित्य याला जास्त पसंती देतात.

5. प्राप्त माहितीनुसार कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनी वस्तू खरेदी करण्याकरिता त्यांच्या आईसोबत जायला सर्वात जास्त पसंती देतात.
6. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनी खरेदीसाठी जरी पालकासोबत जात असल्यास परंतु त्या स्वतःही खरेदीसाठी सहभागी होतात.
7. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना ग्राहकांच्या कर्तव्याबद्दल योग्य प्रमाणात जागरूकता आहे; परंतु, प्रमुख्याने ब्रँड, किंमतीविषयी ज्ञान आणि मानचिन्हाची माहिती याबद्दल कर्तव्याला जास्त महत्त्व विद्यार्थिनीने दिले आहे.
8. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींचा खरेदी करतांना व त्याची भूमिका ही वस्तूबद्दलची माहिती जाणून घेण्यावर जास्त भर आहे.
9. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, विद्यार्थिनींच्या मते ग्राहकांनी सतर्क राहायला हवे; कारण खरेदी करतांना फसवणूक, भेसळ, जुन्या वस्तू देणे, योग्य भावन न देणे इत्यादी गोष्टींचा संभाव्यता जास्त असते.
10. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना “एकावर एक फ्री” अशा प्रकारच्या जाहिरातीबद्दल जास्तीत जास्त माहिती आहे.
11. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींच्या मते, वस्तू खरेदी करतांना जाहिरातीचा प्रभाव हा जास्त प्रमाणात होतो.
12. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींची खरेदी करतांना फसवणूक कमी झाली आहे.
13. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींची फसवणूक झाल्यामुळे त्यांना ग्राहक तक्रार मंचात धाव घ्यावी लागली.
14. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना सौंदर्य प्रसाधन खरेदी करतांना असुरक्षित प्रसाधन आणि निम्न दर्जाचे उत्पादन या प्रमुख्याने दोन अडचणी जास्त प्रमाणात येतात.
15. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींच्या मते, ग्राहक न्यायालयात न्याय हे जलद होतात. त्याबद्दल काही विद्यार्थिनींनी आपला अनुभव सांगितला आहे.
16. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना माहित आहे की कापड मोजण्याचे एकक हे मीटर आहे.
17. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना द्रव्य मोजण्याचे एकक हे लिटर आहे हे माहित आहे.
18. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना भारतीय मानक ब्युरो व त्यांची वैशिष्ट्ये याबद्दल माहिती आहे.

१९. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना आय.एस.आय. या मानचिन्हाची माहिती आहे.
२०. प्राप्त माहितीनुसार असे आढळून आले की, महाविद्यालयांची विद्यार्थिनीनुसार फसवणुक टाळण्यासाठी एगमार्क शिक्का असलेले आय.एस.आय. शिक्का असलेला, नवीन उत्पादन झालेले, सोल असलेले पदार्थ खरेदी करावे इत्यादी सर्व कारणे उपयोगी पडतात.
२१. विविध कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींना अन्न व औषधे भेसळ प्रतिबंधक कायदा, औषधी नियंत्रण कायदा, वजन-मापे मोजमाप कायदा आणि ग्राहक संरक्षण कायदा हे ग्राहकांच्या हक्कासाठी आहेत याबद्दल माहिती आहे.
२२. कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनीनुसार, वस्तूबद्दलची माहिती, वजन व माप, शुद्धता, किंमत इत्यादी सर्वच माहिती असणे हे ग्राहकाला कायदानुसार बंधनकारक आहे.
२३. प्राप्त माहितीनुसार, कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनी ह्या ग्राहकांचे फसवणूकीपासुन संरक्षण व्हावे याबद्दल जास्त आग्रही आहेत.

उपयुक्त सूचना

प्रस्तुत अध्ययनामध्ये "नागपूर शहरातील कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थिनींमध्ये ग्राहक संरक्षणाबद्दल असलेली जागरूकता : एकच चिकित्सक अभ्यास" याविषयी आढावा घेतला असता मिळालेल्या निष्कर्षावरून खालील लक्षवेधी स्वरूपाच्या उपयुक्त सूचना वेगवेगळ्या गटांना देण्यात आल्या आहेत.

- विद्यार्थिनींकरिता उपयुक्त सूचना
- सरकारकरिता उपयुक्त सूचना
- शिक्षणतज्ज्ञांसाठी उपयुक्त सूचना
- संशोधकाकरिता उपयुक्त सूचना

विद्यार्थिनींकरिता उपयुक्त सूचना

१. दैनंदिन जीवनात ग्राहकता विषयाची आवश्यकता लक्षात घेता त्यानुसार प्रत्येक विद्यार्थिनीने ग्राहकतेविषयी जागरूक असावे.
२. विद्यार्थिनींनी ह्या कोणत्याही क्षेत्रात भविष्यात काम केले तरीही त्यांना ग्राहकताविषयी ज्ञान हे ठेवावेच लागेल. अशावेळी या विषयामुळे त्यांचे कौटुंबिक, आर्थिक आणि सामाजिक व्यवस्थापन हे योग्य होण्यास मदत होते. त्यामुळे त्यांनी ग्राहकतेविषयी ज्ञान मिळविण्यास उत्सुक असावे, मासिके, वर्तमानपत्रे, दूरदर्शनवरील उपक्रम ग्राहकतेविषयी पुस्तके यांचे सतत वाचन करून आपली ज्ञानात्मक बाजू बळकट करावी आणि आपल्या कुटुंबाच्या सुखी आणि समृद्ध जीवनाची

- काळजी घ्यावी. कुटुंब सुखी तर देश आणि समाज सुखी यासाठी योगदान करावे.
३. विद्यार्थिनींनी स्वतः पुढाकार घेऊन किंवा गट पाडून खरेदी करायला गेले पाहिजे. त्यामुळे त्यांची सौदाशक्ती आणि वस्तूची निवड करण्यात त्यांचे कौशल्य वाढेल.
४. मॉल्स, डीपार्टमेंटल स्टोर्स अशा आधुनिक संघटनांनासुद्धा त्यांनी भेट देऊन यावी आणि तिथली वस्तू खरेदीसंबंधी प्रक्रिया समजून घ्यावी.
५. ऑनलाईन शॉपिंग यामध्येही विद्यार्थिनींनी सहभाग घ्यावा आणि भरपूर Price discount & offers याबद्दल माहिती घेऊन कशाप्रकारे online payment केल्या जाते त्याबद्दल समजून घ्यावे.
६. कोणत्याही स्थानिक किंवा चुकीच्या माध्यमांच्या जाहिरातीवर विश्वास न ठेवता स्वतः त्या कंपनीची, माध्यमाची आणि दिलेल्या अटी याबद्दल ज्ञान आणि चौकशी करून वस्तू खरेदी करावी.
७. शासनाच्या ग्राहक संरक्षण धोरणांचा आणि तक्रार निवारण संस्थांची वेळोवेळी माहिती घेऊन जर काही चुकीचे आढळून आल्यास त्याबद्दल तिकडे माहिती द्यावी व स्वतःचा आणि इतरांच्या हक्कासाठी नेहमी प्रयत्नशील रहावे. हे एक मोठे आणि महत्वाचे ग्राहकांचे कर्तव्य आहे.

सरकारकरिता उपयुक्त सूचना

१. ग्राहक शिक्षण आणि माहिती याद्वारे ग्राहकांच्या हक्काविषयी जागरूकता वाढवावी.
२. ग्राहक संरक्षण यावर विभिन्न शाखांनुसार विविध स्तरांवर निबंध स्पष्टेच आयोजन करावे.
३. सरकारने 'ग्राहक संरक्षण' विषयावर आधारित वेगवेगळ्या प्रकारची चर्चासत्रे आयोजित करावी.
४. मासिके, हस्तपत्रके, CDs, Slides, Documentary Film आणि इतर माध्यमांचा उपयोग करून ग्राहक संरक्षणाविषयी प्रसार करावा. त्यात इंग्रजी, हिंदी आणि प्रादेशिक भाषेचा समावेश असावा आणि रिअल इस्टेट, पब्लिक युटीलिटी, नॉनबॅरिंग व इतर आर्थिक संस्था यासारख्या विशेष भागाच्या समस्येवर प्रकाश टाकणारा असावा.
५. ग्राहकांच्या कार्यांनी बळ देऊन त्यांच्या तक्रारी अधिक तत्पश्तेने सोडवल्या जातात, त्यासाठी स्थानिक स्तरावर सुरु कराव्या.
६. देशातील NGO ला या कामात सक्रिय करून ग्राहक संरक्षणाला बळ द्यावे.
७. ग्राहक शिक्षणाचे कार्यक्रम शालेय आणि महाविद्यालय स्तरावर सुरु करण्यात किंवा

गिळविण्याकरिता वेगवेगळे वलारा असावेत.

शिक्षणतज्ज्ञांसाठी उपयुक्त सूचना

ग्राहक संरक्षणाविषयी संबंधित ज्ञान गृहशास्त्राद्वारे प्रदान करता येते. या दृष्टीकोनातून प्राथमिक, माध्यमिक, उच्च माध्यमिक तरोच महाविद्यालयीन शिक्षणात हा विषय अनिवार्य करण्यात यावा. आजची स्त्री अर्थाजर्नासाठी घरवाहेर पडली तर घराविषयी असलेल्या जबाबदारीतून ती मुक्त होत नाही. त्यामुळे गृहशास्त्रासंबंधी शिक्षणाचे महत्त्व वाढते. ग्राहक शिक्षण आणि संरक्षण तंत्राचे मार्गदर्शन करणारा अभ्यासक्रम तयार करून सर्वसामान्य जनतेला याचा उपयोग होऊ शकतो. स्त्री आणि पुरुष या दोन्ही गटांसाठी हा अभ्यासक्रम सुरु असावा.

संशोधकांरिता उपयुक्त सूचना

ग्राहक संरक्षण संशोधनासाठी भरपूर वाव आहे. निरीक्षण, सर्वेक्षण आणि प्रयोगाची अनेक दालने अध्ययनासाठी उपलब्ध आहेत हे विषय खालीलप्रमाणे आहे :

१. ग्राहक संरक्षण चळवळीचे अध्ययन
२. सरकारच्या ग्राहक संरक्षण धोरणांचे टीकात्मक अध्ययन
३. "इंटरनेट शॉपिंग आणि ग्राहक संरक्षण" एक समग्र अध्ययन
४. टेलीमार्केटिंग आणि ग्राहक संरक्षण
५. ग्राहक चळवळीचे ग्राहकांवर व समाजावर झालेला परिणाम
६. ग्राहक शिक्षण आणि त्याचे हक्क

यासारखे अनेक विषयांचे शास्त्रीय अध्ययन करून ग्राहक शिक्षण आणि संरक्षण दैनंदिन जीवनातील योगदान अधिक प्रभावी करता येईल.

संदर्भसूची :

१. सिकंदर सयैद, घरबांधणी ग्राहकांनी जागरूकता दाखवावी, नागपूर पालिका, 11 मार्च, 1992
२. डॉ. अरविंद शेंडे, डॉ. देवेंद्र मोहतुरे, डॉ. मिलिंद वाराहाते आणि डॉ. नरेंद्रसिंह दिखि, (द्वि. आ. 2012) - 'व्यावसायिक कायदे' - प्रकाशन : अनुराधा प्रकाशन, 197, सुर्वे लेआऊट, नागपूर.

४. डॉ. गंधा कोनेटकर (2009) - व्यावसायिक कायदे - श्री साईनाथ प्रकाशन, 1, भयवाघर कॉम्प्लेक्स, धरमपेठ, नागपूर
५. संजय नाथे, 'नागपूर जिल्हा' गाणे पब्लिकेशन, नागपूर, 2012
६. डॉ. कन्हाडे, सदा, 'संशोधन : सिद्धांत आणि पद्धती' लोकवाङ्मय गृह प्रकाशन, नागपूर दुसरी आवृत्ती, मार्च 2007.
७. डॉ. कन्हाडे बी. एम., 'पारंपरिक संशोधन पद्धती', पिंपळपुरे पब्लिकेशन, नागपूर.
८. डॉ. बोधनकर सुधीर, 'सामाजिक संशोधन पद्धती', श्री साईनाथ प्रकाशन, नागपूर.
९. डॉ. ढगे, एस.के.; आणि डॉ. हारी, सी.पी., 'संशोधन पद्धती' के. एस.पब्लिकेशन, पुणे, प्रथम आवृत्ती, 16 सप्टेंबर 2011.
१०. डॉ. डोळके, सुरेश; 'संशोधन समस्या', निदर्म संशोधन मंडळ, नागपूर, प्रथमावृत्ती, फेब्रु. 1990

□□□



Mahatma Gandhi
Education & Welfare Society
Narwadi, Dist. Parbhani



B-1-35

ONE DAY INTERDISCIPLINARY INTERNATIONAL CONFERENCE ON
RECENT ADVANCES IN LANGUAGES, LITERATURE AND SOCIAL SCIENCES

Organized by
M.G.E.W Society's

CENTRE FOR HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

KALYAN (W), DIST. THANE - 421 301.(M.S.)

In collaboration with

NEW MAN INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY STUDIES (ISSN: 2348-1390)

www.newmanpublication.com



Certificate

This is to certify that

प्रा.कविता आर बोरकर

of डॉ.एम.के. उमाई कॉलेज, नागपूर

participated in one day Interdisciplinary International Conference on

Recent Advances in Languages, Literature and Social Sciences held on 17th February, 2018 at

Maulana Abul Kalam Azad Research Centre, Majnu Hill, Hudco, TV Centre Road, Aurangabad - 431001, Maharashtra (India)

He / She presented a paper entitled "नागपूर शहरातील कनिष्ठ महाविद्यालयातील विद्यार्थींमध्ये ग्राहक संरक्षणाबद्दल असलेली जागरूकता : एक चिकित्सक अभ्यास" at the conference.

Dr Kalyan

Dr Kalyan Gangarde
Chief Organizer

Dr. M. K. Umathe
PRINCIPAL

Dr. M. K. Umathe College
Nagpur - 440022

Dr Ramkishan Bhise

Dr Ramkishan Bhise
Convener

Dr Krutika Khandare

Dr Krutika Khandare
Organizing Secretary

