



மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்
திருநெல்வேலி
தொலைதூர மற்றும் தொடர் கல்வியின் இயக்குனர்



நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் கல்வி

நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் கல்வி

அலகு I நுகர்வோர் இயக்கம் இந்தியா- நுகர்வோர் வரையறை - நுகர்வோர் வகைகள் - நுகர்வோரின் சிக்கல்கள் - நுகர்வோர் - நுகர்வோர்வாதத்தில் வளர்ந்து வரும் கருத்துகள்: பசுமை நுகர்வோர், சைபர் நுகர்வோர் - நுகர்வோர் விளைவுகள் .

அலகு II நுகர்வோர் உரிமை- நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் -நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள்- கேவியட் எம்ப்ளர் மற்றும் கேவியட் வென்டிட்டர்- பொது நல வழக்குகள் மூலம் நுகர்வோர் உரிமைகளை அமல்படுத்துதல்

அலகு III நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 2019- முக்கிய விதிகள் -நிவாரண மன்றங்கள் -மாவட்ட நிலை -மாநில நிலை மற்றும் தேசிய அளவில் -அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - புகார்களை தாக்கல் செய்தல் நடைமுறை ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள் மற்றும் OMBUDSMAN

அலகு IV நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள்:உணவுக் கலப்படம் தடுப்புச் சட்டம், 1954- எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைச் சட்டம், 1976- மருந்துகள் மற்றும் மாய மருந்துகள் (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரம்) சட்டம் 1954 - நுகர்வோர் அழுத்தக் குழுக்கள்- தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள்-நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் - பரிகாரம் மற்றும் நிவாரணம்

அலகு V நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் இந்தியாவில் கல்வி:விழிப்புணர்வு இல்லாமை இல்லாமை

தகவல் அணுகல்-நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை உருவாக்குதல் மற்றும் ஊக்குவித்தல் முறைகள்- மின் வணிகம் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள்- நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகங்களின் பங்கு

அலகு I

அலகு I நுகர்வோர் இயக்கம் இந்தியாவில்-

நுகர்வோர் வரையறை - நுகர்வோர் வகைகள் - பிரச்சனைகள் நுகர்வோர் - நுகர்வோர் -நுகர்வோர்வாதத்தில் வளர்ந்து வரும் கருத்துக்கள்: பசுமை நுகர்வோர், சைபர் நுகர்வோர் - நுகர்வோர் விளைவுகள்.

நுகர்வோர் - வரையறை மற்றும் பொருள்:

நுகர்வோர்கள், பொருளாதாரம் மற்றும் வணிகத்தின் சூழலில், தங்கள் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்ய பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கும் தனிநபர்கள் அல்லது குடும்பங்களைக் குறிப்பிடுகின்றனர். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவை சந்தையில் பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகத்தை இயக்குவதால் நுகர்வோர் பொருளாதாரத்தில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றனர்.

நுகர்வோர் என்பது பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கும் நபர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள். இந்த சொல் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை பணியமர்த்துவதையும் குறிக்கிறது. அவர்கள் ஒரு பொருள் அல்லது சேவையைப் பயன்படுத்தும் மனிதர்கள் அல்லது பிற பொருளாதார நிறுவனங்கள். மேலும், அவர்கள் வாங்கிய பொருளை விற்க மாட்டார்கள். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விநியோகச் சங்கிலியின் இறுதிப் பயனர்கள் அவர்கள். உண்மையில், சில நேரங்களில் நுகர்வோர் வாங்குபவராக இல்லாமல் இருக்கலாம்.

பொருள்: பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் இறுதிப் பயனர்கள் நுகர்வோர். அவர்கள் தனிப்பட்ட தேவைகள், ஆசைகள் அல்லது விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கி பயன்படுத்தும் தனிநபர்கள் அல்லது குடும்பங்கள். நுகர்வோர் எல்லா வயதினரையும், வருமான நிலைகளையும், பின்னணியையும் உள்ளடக்கியிருக்கலாம்.

வரையறை: ஒரு நுகர்வோர் பொதுவாக பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைப் பெறுதல், நுகர்தல் மற்றும் அப்புறப்படுத்துதல் போன்ற செயல்களில் ஈடுபடும் தனிநபர் அல்லது குடும்பமாக வரையறுக்கப்படுகிறார்.

ஒரு நுகர்வோர் என்ற கருத்து பொருளாதாரம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் துறையில் மையமாக உள்ளது, ஏனெனில் இது சந்தையில் தனிநபர்களின் நடத்தை மற்றும் விருப்பங்களைப் புரிந்துகொள்ளவும் பகுப்பாய்வு செய்யவும் உதவுகிறது.

விலை, தரம், வசதி, பிராண்ட் நற்பெயர் மற்றும் தனிப்பட்ட விருப்பத்தேர்வுகள் போன்ற காரணிகளின் அடிப்படையில் கொள்முதல் முடிவுகளை எடுப்பதன் மூலம் நுகர்வோர் பொதுவாக சந்தையில் பங்கேற்கின்றனர். அவர்களின் நடத்தை மற்றும் தேர்வுகள் பல்வேறு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவையை பாதிக்கின்றன, இது உற்பத்தி, விலை நிர்ணயம் மற்றும் ஒட்டுமொத்த சந்தை இயக்கவியலை பாதிக்கிறது.

நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளால் நுகர்வோர் பாதுகாக்கப்படுகிறார்கள் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும், இது நியாயமான நடைமுறைகள், தயாரிப்பு பாதுகாப்பு மற்றும் வணிகங்களால் துல்லியமான தகவல்களை வெளிப்படுத்துவதை உறுதி செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. அரசாங்கங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு முகமைகள் பெரும்பாலும் இந்த விதிமுறைகளை ஒரு சம நிலைப்பாட்டை பராமரிக்கவும் நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாக்கவும் செயல்படுத்துகின்றன.

ஒட்டுமொத்தமாக, நுகர்வோர் தங்கள் வாங்கும் முடிவுகளின் மூலம் தங்கள் விருப்பங்களை வெளிப்படுத்துவதன் மூலம் பொருளாதார நடவடிக்கை மற்றும் சந்தைகளை வடிவமைப்பதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றனர்.

நுகர்வோரின் வகைகள்

சந்தைப்படுத்தலுக்கு வரும்போது, ஒவ்வொரு வணிகமும் அறிந்திருக்க வேண்டிய ஒரு அம்சம் உள்ளது: எல்லா நுகர்வோரும் சமமாக உருவாக்கப்படவில்லை. பல்வேறு வகையான பொருட்கள், சேவைகள் மற்றும் தயாரிப்புகள் இருப்பதைப் போலவே, பல்வேறு வகையான நுகர்வோர்களும் உள்ளனர். அவர்கள் வாங்குவதற்கான வெவ்வேறு உந்துதல்கள், ஈடுபாட்டின் வெவ்வேறு முறைகள் மற்றும் வெவ்வேறு மனநிலைகளைக் கொண்டுள்ளனர். ஒரு பிராண்டை வெற்றிகரமாக சந்தைப்படுத்த, ஒரு வணிகமானது பல்வேறு நுகர்வோர் வகைகளையும், அவற்றுக்கான பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் பிணையத்தை எவ்வாறு உருவாக்குவது என்பதையும் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

பின்வருபவை பல்வேறு வகையான நுகர்வோர்கள்:-

விசுவாசமான நுகர்வோர்

விசுவாசமான நுகர்வோர் உங்கள் நுகர்வோர் தளத்தின் ஒரு சிறிய பகுதியை உள்ளடக்கியிருக்கலாம். இருப்பினும், அவர்களின் விசுவாசத்தின் காரணமாக, அவர்கள் ஒவ்வொரு வணிகத்திற்கும் மதிப்புமிக்கவர்கள். வணிகம் செய்வதற்கான சரியான நிறுவனத்தை அவர்கள் கண்டறிந்ததும், அவர்கள் விசுவாசமாக இருப்பார்கள், பெரும்பாலும் தங்கள் நண்பர்கள், குடும்பத்தினர் மற்றும் நீட்டிக்கப்பட்ட சமூக வலைப்பின்னல் ஆகியவற்றுடன் தங்கள் அனுபவத்தைப் பகிர்ந்துகொள்வதன் மூலம் பிராண்டின் விளம்பரதாரராக மாறுவார்கள். சமீபத்திய ஆய்வின்படி, 12 சதவீதத்திலிருந்து 15 சதவீத நுகர்வோர் மட்டுமே ஒரு சில்லறை விற்பனையாளருக்கு விசுவாசமாக உள்ளனர். இருப்பினும், அந்த சிறிய குழு பிராண்ட் விற்பனையில் 55 சதவீதம் முதல் 70 சதவீதம் வரை உருவாக்க முனைகிறது. ஒரு பிராண்ட் எவ்வாறு விசுவாசமான நுகர்வோருக்கு வெற்றிகரமாக சந்தைப்படுத்த முடியும்? விசைகள் தனிப்பயனாக்கம், தனிப்பட்ட கவனம் மற்றும்

மீண்டும் மீண்டும் சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பு. இந்த வகையான சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் முதலீட்டில் மிகப்பெரிய லாபத்தை தரும்.

தள்ளுபடி நுகர்வோர்

பெயர் குறிப்பிடுவது போல, தள்ளுபடி நுகர்வோர் எப்போதும் தள்ளுபடிக்கான வேட்டையில் உள்ளனர். விசுவாசமான நுகர்வோரைப் போலவே, அவர்கள் அதே நிறுவனங்கள் மற்றும் பிராண்டுகளுக்கு அடிக்கடி செல்லும் போக்கைக் கொண்டுள்ளனர். இருப்பினும், சில வகையான விற்பனை அல்லது தள்ளுபடி இருக்கும்போது மட்டுமே அவர்கள் கொள்முதல் செய்கிறார்கள். தள்ளுபடி நுகர்வோருக்கு சந்தைப்படுத்த, உங்கள் சலுகைகள் மற்றும் சிறப்புகளை விளம்பரப்படுத்த வேண்டும்! தனிப்பயனாக்கப்பட்ட மின்னஞ்சல்கள் அல்லது பிரசுரங்கள் போன்ற விற்பனை மற்றும் தற்போதைய விளம்பரங்களைப் பகிர சமூக ஊடகங்கள் சிறந்த வழியாகும்.

தூண்டுதலான நுகர்வோர்

சந்தைப்படுத்தல் பிணையத்தை அதிகப்படுத்துவதில் உந்துவிசை நுகர்வோர் மிகவும் கடினமானவர்கள். இந்த நுகர்வோர் பெரும்பாலும் ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவையை மனதில் கொண்டு ஷாப்பிங் செய்வதில்லை, ஒரு பிராண்டை மட்டும் வைத்துக் கொள்ள வேண்டாம். மாறாக, அவர்கள் கேப்ரிசியோஸ் முறையில் கொள்முதல் செய்கிறார்கள், ஏதாவது தங்கள் ஆடம்பரத்தைத் தாக்கும் போது வாங்குகிறார்கள். மனக்கிளர்ச்சியான நுகர்வோர் வாங்குதலின் விசித்திரமான தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு பழக்கவழக்கங்கள், மார்க்கெட்டிங் முயற்சிகளைத் தையல் செய்வது உங்கள் வளங்களைச் சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதாகத் தெரியவில்லை, இல்லையா? தவறு. பெரும்பாலான வாங்குதல்கள் உண்மையில் உந்துவிசை கொள்முதல் ஆகும்.

நுகர்வோரை உந்துவிக்கும் வகையில் எவ்வாறு திறம்பட சந்தைப்படுத்துவது

என்பதை பிராண்டுகள் கண்டுபிடிக்கும் போது, அவர்கள் தங்கள் விற்பனையை அதிகரிக்க முடியும். உந்துவிசை வாங்குதல் தர்க்கரீதியாக இயக்கப்படுவதற்கு மாறாக உணர்ச்சி ரீதியாக உந்தப்படுகிறது என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். தள்ளுபடி நுகர்வோர் (பணத்தை சேமிக்கும் ஆசையால் இயக்கப்படுகிறது) மற்றும் விசுவாசமான நுகர்வோர் (குறிப்பிட்ட பிராண்டின் நம்பிக்கையால் இயக்கப்படுகிறது) போன்ற அதிக பகுத்தறிவு சார்ந்த நுகர்வோர் வகைகளிலிருந்து இது வேறுபட்டது. தூண்டுதலான நுகர்வோரின் உணர்ச்சிகளைத் தட்டிக் கேட்பதே முக்கியமானது.

தேவை அடிப்படையிலான நுகர்வோர்

தேவை அடிப்படையிலான நுகர்வோர் தேவையை பூர்த்தி செய்ய வாங்குகிறார்கள். ஒருவேளை அவர்கள் நிதி சிக்கலில் சிக்கியிருக்கலாம் மற்றும் ஆலோசனை தேவைப்படலாம். ஒருவேளை அவர்கள் விடுமுறைக்கு செல்கிறார்கள் மற்றும் புதிய சாமான்கள் தேவைப்படலாம். அவர்கள் தங்கள் வாழ்க்கையில் ஒரு மைல்கல்லை நெருங்கி இருக்கலாம் மற்றும் சட்ட ஆலோசனையை நாடுகின்றனர். தேவை அடிப்படையிலான நுகர்வோருக்கு சந்தைப்படுத்த, உங்கள் சந்தைப்படுத்தல் உத்தி இந்தத் தேவைகளை திறம்பட எதிர்பார்க்க வேண்டும். அதாவது, அச்சு, ஆன்லைன் மற்றும் சமூக ஊடகங்கள் உட்பட பல சேனல்களில் பயன்பாட்டு மையப்படுத்தப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல். ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில் நீங்கள் எவ்வாறு உதவலாம் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட சேவையை விளம்பரப்படுத்தலாம் என்பதை கோடிட்டுக் காட்டுவதன் மூலம் உங்கள் நுகர்வோரை தேவைகளின்படி பிரித்து, இந்தத் தேவைகள் ஒவ்வொன்றுக்கும் ஒரு சந்தைப்படுத்தல் உத்தியை வடிவமைக்க வேண்டும்.

வெவ்வேறு அளவுகோல்களின் அடிப்படையில் பல வகையான நுகர்வோர் உள்ளனர்.

சில பொதுவான வகைப்பாடுகள் இங்கே:

தனிப்பட்ட நுகர்வோர்: இவர்கள் தனிப்பட்ட பயன்பாட்டிற்காக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்கும் நபர்கள். வயது, பாலினம், வருமானம், வாழ்க்கை முறை மற்றும் வாங்கும் நடத்தை போன்ற காரணிகளின் அடிப்படையில் அவற்றை மேலும் பல்வேறு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம்.

வணிக நுகர்வோர்: இந்த நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் அல்லது வணிகங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகளுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குகின்றனர். அவர்கள் சிறு வணிகங்கள், பெருநிறுவனங்கள், அரசு நிறுவனங்கள் மற்றும் இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்களை உள்ளடக்கியிருக்கலாம்.

மனக்கிளர்ச்சி கொண்ட நுகர்வோர்கள்: மனக்கிளர்ச்சி கொண்ட நுகர்வோர் அதிக கவனம் அல்லது ஆராய்ச்சி இல்லாமல் தன்னிச்சையான மற்றும் திட்டமிடப்படாத கொள்முதல் செய்கிறார்கள். அவர்கள் கவனமாக முடிவெடுப்பதை விட உடனடி ஆசைகள் மற்றும் தூண்டுதல்களால் இயக்கப்படுகிறார்கள்.

பகுத்தறிவு நுகர்வோர்: பகுத்தறிவு நுகர்வோர் தர்க்கரீதியான பகுப்பாய்வு, ஆராய்ச்சி மற்றும் மாற்றுகளின் மதிப்பீடு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் கொள்முதல் முடிவுகளை எடுக்கிறார்கள். அவர்கள் வாங்குவதற்கு முன் விலை, தரம், அம்சங்கள் மற்றும் பணத்திற்கான மதிப்பு போன்ற காரணிகளைக் கருத்தில் கொள்கிறார்கள்.

பிராண்ட் உணர்வுள்ள நுகர்வோர்: பிராண்ட் உணர்வுள்ள நுகர்வோர் குறிப்பிட்ட பிராண்டுகளுக்கு விசுவாசமாக இருப்பதோடு, அந்த பிராண்டுகளுடன் தொடர்புடைய தயாரிப்புகளுக்கு பிரீமியம் செலுத்த தயாராக உள்ளனர். அவர்கள் பிராண்ட் புகழ், தரம் மற்றும் படத்தை மதிக்கிறார்கள்.

விலை உணர்திறன் நுகர்வோர்: விலை உணர்திறன் கொண்ட நுகர்வோர்

தயாரிப்புகளின் விலையில் அதிக விழிப்புணர்வைக் கொண்டுள்ளனர் மற்றும் அவர்களின் வாங்கும் முடிவுகளை மலிவு மற்றும் பணத்திற்கான மதிப்பின் அடிப்படையில் தீர்மானிக்க அதிக வாய்ப்புள்ளது. அவர்கள் பெரும்பாலும் தள்ளுபடிகள், விளம்பரங்கள் மற்றும் குறைந்த விலை மாற்றுகளைத் தேடுகிறார்கள்.

தேவை-அடிப்படையிலான நுகர்வோர்: உணவு, உடை, தங்குமிடம் மற்றும் சுகாதாரப் பாதுகாப்பு போன்ற அவர்களின் அடிப்படைத் தேவைகள் மற்றும் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக, தேவை அடிப்படையிலான நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை முதன்மையாக வாங்குகின்றனர். அவர்கள் ஆடம்பர அல்லது விருப்பங்களை விட செயல்பாடு மற்றும் பயன்பாடு முன்னுரிமை.

ஆடம்பர நுகர்வோர்: ஆடம்பர நுகர்வோர் அந்தஸ்து, கௌரவம் மற்றும் உயர்ந்த தரத்துடன் தொடர்புடைய உயர்தர மற்றும் பிரத்தியேக தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை நாடுகின்றனர். அவர்கள் ஆடம்பரமான மற்றும் மதிப்புமிக்க பிராண்டுகளுக்கு பிரீமியம் செலுத்த தயாராக உள்ளனர்.

ஆன்லைன் நுகர்வோர்: ஆன்லைன் நுகர்வோர் தங்கள் கொள்முதல்களை முதன்மையாக ஆன்லைன் தளங்கள் மற்றும் இ-காமர்ஸ் இணையதளங்கள் மூலம் செய்கிறார்கள். அவர்கள் வசதி, பரந்த தயாரிப்பு தேர்வு மற்றும் ஒப்பீட்டு ஷாப்பிங் ஆகியவற்றை மதிக்கிறார்கள்.

நிலையான நுகர்வோர்: நிலையான நுகர்வோர் சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த மற்றும் சமூகப் பொறுப்புள்ள தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கின்றனர். சுற்றுச்சூழல் நட்பு, நியாயமான வர்த்தகம், நெறிமுறை ஆதாரம் மற்றும் நிலையான உற்பத்தி நடைமுறைகள் போன்ற காரணிகளை அவர்கள் கருதுகின்றனர்.

இந்த நுகர்வோர் வகைகள் ஒன்றுக்கொன்று பிரத்தியேகமானவை அல்ல

என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம், மேலும் தனிநபர்கள் தூழல் மற்றும் அவர்களின் தனிப்பட்ட விருப்பங்களைப் பொறுத்து பல வகைகளின் பண்புகளை வெளிப்படுத்தலாம்.

நுகர்வோர் பிரச்சனைகள்

நுகர்வோர் அன்றாட வாழ்வில் பல்வேறு பிரச்சனைகளை சந்திக்கின்றனர். நுகர்வோர் எதிர்கொள்ளும் சில பொதுவான சிக்கல்கள் இங்கே:

தயாரிப்பு தரம்: நுகர்வோர் எதிர்கொள்ளும் மிக முக்கியமான பிரச்சனைகளில் ஒன்று மோசமான தயாரிப்பு தரம். குறைபாடுள்ள, சேதமடைந்த அல்லது விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்யாத உருப்படிகள் இதில் அடங்கும். நுகர்வோர் அடிக்கடி இத்தகைய பொருட்களை திரும்பப் பெறுவதில் அல்லது பரிமாறிக்கொள்வதில் சிரமங்களை எதிர்கொள்கின்றனர், இதனால் ஏமாற்றம் மற்றும் நிதி இழப்பு ஏற்படுகிறது.

ஏமாற்றும் விளம்பரம்: நுகர்வோர் தவறாக வழிநடத்தும் அல்லது ஏமாற்றும் விளம்பர நடைமுறைகளை சந்திக்க நேரிடும், அங்கு தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் அவற்றின் அம்சங்கள், நன்மைகள் அல்லது விலையை துல்லியமாக பிரதிநிதித்துவப்படுத்தாத வகையில் விளம்பரப்படுத்தப்படுகின்றன. தவறான கூற்றுக்கள் மற்றும் மிகைப்படுத்தப்பட்ட வாக்குறுதிகள் நுகர்வோரை தவறாக வழிநடத்தும் மற்றும் அவர்களின் வாங்குதல் முடிவுகளை பாதிக்கலாம்.

நியாயமற்ற விலை நிர்ணயம்: அவசரநிலை அல்லது இயற்கை பேரழிவுகளின் போது விலைவாசி உயர்வு போன்ற விலை நிர்ணயம் தொடர்பான சிக்கல்களை நுகர்வோர் சந்திக்க நேரிடும். நியாயமற்ற விலை நிர்ணய நடைமுறைகளும் இருக்கலாம்

மறைக்கப்பட்ட கட்டணங்கள், கூடுதல் கட்டணம் அல்லது விலைப் பாகுபாடு

ஆகியவை அடங்கும், இதில் வெவ்வேறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு நியாயமான காரணமின்றி ஒரே தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கு வெவ்வேறு விலைகள் விதிக்கப்படுகின்றன.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இல்லாமை: நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்கள் மற்றும் விதிமுறைகள் போதுமானதாக இல்லாததால், நுகர்வோர் சுரண்டலுக்கு ஆளாக நேரிடும். பலவீனமான அமலாக்க வழிமுறைகள், சட்டப்பூர்வ தீர்வுகளுக்கான வரையறுக்கப்பட்ட அணுகல் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் பற்றிய போதிய தகவல்கள் இந்த சிக்கலுக்கு பங்களிக்கின்றன.

மோசடி மற்றும் மோசடிகள்: ஆன்லைன் மற்றும் ஆஃப்லைன் ஆகிய இரண்டிலும் மோசடி திட்டங்கள் மற்றும் மோசடிகளால் நுகர்வோர் பெரும்பாலும் இலக்காகிறார்கள். அடையாள திருட்டு, போலி ஆன்லைன் கடைகள், ஃபிஷிங் மின்னஞ்சல்கள், பிரமிட் திட்டங்கள் மற்றும் தவறான முதலீட்டு வாய்ப்புகள் ஆகியவை இதில் அடங்கும். இத்தகைய மோசடிகளுக்கு பலியாவது குறிப்பிடத்தக்க நிதி இழப்புகள் மற்றும் தனிப்பட்ட தகவல் மீறல்களை விளைவிக்கும்.

திருப்தியற்ற வாடிக்கையாளர் சேவை: வாடிக்கையாளர் சேவையில் பதிலளிக்காத அல்லது உதவாத பிரதிநிதிகள், நீண்ட காத்திருப்பு நேரங்கள் மற்றும் புகார்களைத் தீர்ப்பதில் அல்லது பணத்தைத் திரும்பப் பெறுவதில் சிரமம் போன்ற சிக்கல்களை நுகர்வோர் அடிக்கடி எதிர்கொள்கின்றனர். மோசமான வாடிக்கையாளர் சேவை அனுபவங்கள் நுகர்வோரை விரக்தியையும் அதிருப்தியையும் உணர வைக்கும்.

தரவு தனியுரிமை மற்றும் பாதுகாப்பு: ஆன்லைன் சேவைகள் மற்றும் மின்வணிகத்தின் பயன்பாடு அதிகரித்து வருவதால், நுகர்வோர் தங்கள் தனிப்பட்ட தகவலின் தனியுரிமை மற்றும் பாதுகாப்பு தொடர்பான கவலைகளை

எதிர்கொள்கின்றனர். தரவு மீறல்கள், தனிப்பட்ட தரவுகளுக்கான அங்கீகரிக்கப்படாத அணுகல் மற்றும் நிறுவனங்களால் தகவல்களை தவறாகப் பயன்படுத்துதல் ஆகியவை நுகர்வோரின் தனியுரிமையை சமரசம் செய்து பல்வேறு அபாயங்களுக்கு அவர்களை அம்பலப்படுத்தும்.

வரையறுக்கப்பட்ட தயாரிப்புத் தேர்வுகள்: சில சந்தர்ப்பங்களில், சந்தை ஏகபோகங்கள் அல்லது போட்டியின்மை காரணமாக நுகர்வோர் வரையறுக்கப்பட்ட தேர்வுகளை எதிர்கொள்ளலாம். இது அதிக விலை, தரக்குறைவான தயாரிப்புகள் மற்றும் குறைந்த கண்டுபிடிப்புகளுக்கு வழிவகுக்கும். கிடைக்கக்கூடிய விருப்பங்களில் பன்முகத்தன்மை இல்லாதது நுகர்வோர் சுயாட்சியைக் கட்டுப்படுத்தலாம் மற்றும் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுப்பதற்கான அவர்களின் திறனைத் தடுக்கலாம்.

தகராறுகளைத் தீர்ப்பதில் சிரமம்: நுகர்வோர் மற்றும் வணிகங்களுக்கு இடையே சச்சரவுகள் எழும்போது, அவற்றைத் தீர்ப்பது சவாலானதாக இருக்கும். சிக்கலான சட்ட நடைமுறைகள், விலையுயர்ந்த வழக்குகள் மற்றும் சமமற்ற பேரம் பேசும் சக்தி போன்ற தடைகளை நுகர்வோர் சந்திக்க நேரிடும். இந்தத் தடைகள் நுகர்வோர் பரிகாரம் தேடுவதையும் நியாயமான விளைவுகளைப் பெறுவதையும் ஊக்கப்படுத்தலாம்.

சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக அக்கறைகள்: பெருகிய முறையில், நுகர்வோர் தாங்கள் வாங்கும் பொருட்களின் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக தாக்கங்கள் குறித்து அக்கறை கொண்டுள்ளனர். உறுதியற்ற உற்பத்தி நடைமுறைகள், உழைப்பைச் சுரண்டல் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் சீரழிவு போன்ற சிக்கல்கள் பொறுப்பான தேர்வுகளை மேற்கொள்ள முயற்சிக்கும் மனசாட்சியுள்ள நுகர்வோருக்கு சவால்களை ஏற்படுத்துகின்றன.

நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகளைப் பற்றி அறிந்திருப்பதும், தகவலறிந்து இருப்பதும், அவர்களின் நலன்கள் பாதுகாக்கப்படுவதை உறுதிசெய்ய அவர்களின் கவலைகளைக் கூறுவதும் முக்கியம். கூடுதலாக, ஒழுங்குமுறை அமைப்புகள் மற்றும் நுகர்வோர் வக்கீல் நிறுவனங்கள் இந்த சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதில் மற்றும் ஒரு நியாயமான சந்தையை நோக்கி செயல்படுவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

பயன்பாடு

நுகர்வோர்வாதம் என்பது பொருட்களையும் சேவைகளையும் அதிக அளவில் உட்கொள்ளும் நபர்கள் சிறப்பாக இருப்பார்கள் என்ற கோட்பாடு. சில பொருளாதார வல்லுநர்கள் நுகர்வோர் செலவினம் உற்பத்தி மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டுகிறது என்று நம்புகிறார்கள். பொருளாதார வல்லுநர்கள் நுகர்வு என்பது உயிரியல் தேவைகள் மற்றும் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதாகக் கருதுகின்றனர்.

வரையறை

நுகர்வோர் என்பது மேற்கத்திய சமூகத்தின் நுகர்வோர் கருத்தியலைக் குறிக்கிறது, இது ஒரு சமூக மற்றும் பொருளாதார கட்டமைப்பைச் சுற்றி வருகிறது, இதில் வாடிக்கையாளர்கள் தேவையா என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல் எதையும் வாங்க ஊக்குவிக்கப்படுகிறார்கள். இத்தகைய நுகர்வோர் ஆசைகள் அதிகம்

பெரும்பாலும் தேவைக்கு மாறாக வாழ்க்கை முறை ஆவேசத்தால் உந்தப்பட்டு, பொருள் உடைமை மூலம் அவர்களுக்கு மகிழ்ச்சி மற்றும் நிறைவின் உணர்வைக் கொடுக்கிறது.

புதிய தயாரிப்புகளை சந்தையில் தொடர்ந்து அறிமுகப்படுத்த வணிகங்கள் உற்பத்தியை அதிகரிக்கின்றன. பின்னர் அவர்கள் இந்த சலுகைகளுக்கான தேவையை கையாளும் விளம்பரங்கள் மூலம் உருவாக்குகிறார்கள். இந்த தயாரிப்புகளை முயற்சி செய்ய நுகர்வோர் மத்தியில் உள்ள தூண்டுதலால், அவர்கள் மனம் இல்லாத நுகர்வுக்கு அதிக செலவு செய்ய வைக்கிறது. இறுதியில், இந்த அதிகரித்த நுகர்வோர் செலவினம் பிராண்டுகளை லாபம் ஈட்ட உதவுகிறது மற்றும் ஒரு நாட்டின்

பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு எரிபொருளாகிறது. அதிக சந்தைப்படுத்துதலில் இருந்து நுகர்வோர் உரிமைகளைப் பாதுகாக்க பாடுபடுவதால், இது பெரும்பாலும் நுகர்வோர் இயக்கம் என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

நுகர்வோர் என்பது ஒரு சமூக-பொருளாதார நிகழ்வு ஆகும், இது தனிப்பட்ட திருப்தி மற்றும் சமூக முன்னேற்றத்தின் முதன்மை ஆதாரமாக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பெறுதல் மற்றும் நுகர்வு ஆகியவற்றை வலியுறுத்துகிறது மற்றும் ஊக்குவிக்கிறது. இது ஒரு கலாச்சார சித்தாந்தமாகும், இது தனிநபர்களின் அடையாளம், நிலை மற்றும் நல்வாழ்வை அவர்களின் வாங்கும் திறன் மற்றும் பொருள் உடைமைகள் மூலம் வரையறுக்க ஊக்குவிக்கிறது. தனிநபர்களின் நடத்தை, மதிப்புகள் மற்றும் அபிலாஷைகளை பாதிக்கும் வகையில், நவீன சமூகங்களில் நுகர்வுவாதம் ஆழமாக வேரூன்றியுள்ளது.

பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் நுகர்வில் செழித்து வளரும் முதலாளித்துவ பொருளாதார அமைப்பே நுகர்வோர்வாதத்தின் உந்து சக்திகளில் ஒன்றாகும். முதலாளித்துவ சமூகங்களில், பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் செழிப்பு பெரும்பாலும் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி (GDP) போன்ற குறிகாட்டிகளால் அளவிடப்படுகிறது. இது நுகர்வோர் செலவினங்களை பெரிதும் நம்பியுள்ளது. இதன் விளைவாக, வெளிப்படையான நுகர்வுகளில் ஈடுபடுவதற்கும் அவர்களின் வாழ்க்கை முறையை தொடர்ந்து மேம்படுத்துவதற்கும் தனிநபர்கள் மீது நிலையான அழுத்தம் உள்ளது.

விளம்பரம், சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வெகுஜன ஊடகம் உள்ளிட்ட பல்வேறு காரணிகளால் நுகர்வோர் தூண்டப்படுகிறது. நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் தங்கள் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்யும் என்று வாடிக்கையாளர்களை நம்பவைத்து, ஆசையை உருவாக்க விளம்பரப்

பிரச்சாரங்களில் குறிப்பிடத்தக்க ஆதாரங்களை முதலீடு செய்கின்றன. விளம்பரம் பெரும்பாலும் நுகர்வோரைக் கையாள உளவியல் நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துகிறது நடத்தை மற்றும் அவசர அல்லது போதாமை உணர்வை உருவாக்குகிறது, தொடர்ச்சியான நுகர்வு சுழற்சியை வளர்க்கிறது.

மேலும், நுகர்வோர் சமூகம் மற்றும் கலாச்சார விழுமியங்களுடன் பின்னிப்பிணைந்துள்ளது. பல சமூகங்களில், தனிநபர்கள் வெற்றி, மகிழ்ச்சி மற்றும் சமூக அந்தஸ்துடன் பொருள் உடைமைகளை இணைக்க சமூகமயமாக்கப்படுகிறார்கள். பொருட்கள் மற்றும் பிராண்டுகளின் குவிப்பு ஒருவரின் அடையாளத்தை நிரூபிக்கவும், சமூக விதிமுறைகளுக்கு இணங்கவும், மற்றவர்களிடமிருந்து சரிபார்ப்பு பெறவும் ஒரு வழியாகும். இதன் விளைவாக, நுகர்வுவாதம் ஒரு "பொருள்சார் கலாச்சாரம்" உருவாவதற்கு வழிவகுக்கும், அங்கு பொருள் செல்வத்தைப் பின்தொடர்வது ஒரு மைய மையமாகிறது, பெரும்பாலும் சமூகம், உறவுகள் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை போன்ற பிற மதிப்புகளின் இழப்பில்.

நுகர்வோர்வாதத்தின் விமர்சகர்கள் இது தனிநபர்கள், சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கு பல எதிர்மறையான விளைவுகளை ஏற்படுத்துவதாக வாதிடுகின்றனர். இந்த விமர்சனங்களில் சில:

சுற்றுச்சூழல் தாக்கம்: நுகர்வோர் வளம் குறைதல், மாசுபாடு மற்றும் கழிவு உற்பத்திக்கு பங்களிக்கிறது. பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் அகற்றல் இயற்கை வளங்கள், ஆற்றல் மற்றும் நீர் நுகர்வுக்கு வழிவகுக்கிறது. அத்துடன் பசுமை இல்ல வாயுக்கள் மற்றும் பிற மாசுபாடுகளை வெளியேற்றுகிறது. இது காலநிலை மாற்றம், பல்லுயிர் இழப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் சீரழிவு ஆகியவற்றில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது.

கடன் மற்றும் நிதி மன அழுத்தம்: பொருள் உடைமைகளை அடிப்படையாகக்

கொண்ட ஒரு வாழ்க்கை முறையைப் பராமரிக்க முயற்சிப்பதால், நுகர்வோர் தனிநபர்களை அதிகப்படியான கடனுக்கு இட்டுச் செல்லலாம். அதிக அளவிலான கடன்கள் நிதி அழுத்தம், பதட்டம் மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட நிதிச் சுதந்திரத்தை ஏற்படுத்தலாம், இது ஒட்டுமொத்த நல்வாழ்வை பாதிக்கும்.

சமத்துவமின்மை மற்றும் சமூகப் பிரிவு: செல்வம் மற்றும் வளங்களை அணுகுவதில் ஏற்றத்தாழ்வுகளை உருவாக்குவதன் மூலம் நுகர்வோர் சமூக சமத்துவமின்மையை அதிகப்படுத்தலாம். அதிக வாங்கும் திறன் கொண்டவர்கள் தங்கள் ஆசைகளை நிறைவேற்றுவதற்கும் சமூக அந்தஸ்தை அடைவதற்கும் அதிக வாய்ப்புகளைக் கொண்டுள்ளனர், மற்றவர்கள் விலக்குதல் அல்லது ஓரங்கட்டப்படுவதை அனுபவிக்கலாம். வருமானம், இனம் மற்றும் பிற காரணிகளின் அடிப்படையில் நுகர்வோர் சமூகப் பிளவுகளை வலுப்படுத்த முடியும்.

உளவியல் விளைவுகள்: தனிநபர்கள் தொடர்ந்து புதிய, சிறந்த தயாரிப்புகள் அல்லது அனுபவங்களைத் தேடுவதால், நுகர்வோர் பெரும்பாலும் ஆசை மற்றும் அதிருப்தியின் சுழற்சியை உருவாக்குகிறது. இது வெறுமை உணர்வு, குறைந்த சுயமரியாதை மற்றும் வெளிப்புற சரிபார்ப்புக்கான நிரந்தர தேடலுக்கு வழிவகுக்கும். பொருள்சார் மதிப்புகள் மற்றும் குறைந்த வாழ்க்கை திருப்தி மற்றும் நல்வாழ்வு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தொடர்புகளையும் ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது.

பகிர்ந்தளிக்கப்பட்ட வளங்களின் அதிகப்படியான நுகர்வு மற்றும் சரிவு: நுகர்வோர் அதிக நுகர்வு கலாச்சாரத்தை ஊக்குவிக்கிறது, இது வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களின் குறைவுக்கு வழிவகுக்கிறது. இது வருங்கால சந்ததியினருக்கான வளங்களின் பற்றாக்குறையை விளைவிக்கும் மற்றும் அதிகப்படியான மீன்பிடித்தல், காடழிப்பு மற்றும் நீர் பற்றாக்குறை போன்ற பிரச்சினைகளுக்கு பங்களிக்கும்.

நுகர்வோர்வாதத்தின் எதிர்மறையான தாக்கங்களை நிவர்த்தி செய்வதற்கு

பன்முக அணுகுமுறை தேவைப்படுகிறது. இது நிலையான உற்பத்தி மற்றும் நுகர்வு நடைமுறைகளை ஊக்குவித்தல், நனவான நுகர்வோர் தேர்வுகளை ஊக்குவித்தல் மற்றும் பொருள் உடைமைகளுக்கு அப்பால் சமூக மதிப்புகள் மற்றும் அபிலாஷைகளை மறு மதிப்பீடு செய்தல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. கல்வி மற்றும் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்கள் விமர்சன சிந்தனையை வளர்ப்பதிலும், சூழ்ச்சியான விளம்பரங்களின் செல்வாக்கைக் குறைப்பதிலும், பொருள் செல்வத்திற்கு அப்பால் நல்வாழ்வுக்கான மாற்று நடவடிக்கைகளை மேம்படுத்துவதிலும் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. கூடுதலாக, வணிகங்கள் கழிவுகளைக் குறைத்தல், வட்ட பொருளாதார மாதிரிகளைத் தழுவுதல் மற்றும் நெறிமுறை உற்பத்தியை ஊக்குவித்தல் போன்ற மிகவும் நிலையான மற்றும் சமூகப் பொறுப்பான நடைமுறைகளைப் பின்பற்றலாம்.

நுகர்வோர்வாதம், ஒரு கருத்தாக்கமாக, சமூகத்தின் மாறும் இயக்கவியலுக்கு ஏற்றவாறு தொடர்ந்து உருவாகி வருகிறது.

சமீபத்திய ஆண்டுகளில் இழுவைப் பெற்ற நுகர்வோர்வாதத்தில் சில வளர்ந்து வரும் கருத்துக்கள் இங்கே:

நனவான நுகர்வோர்: நனவான நுகர்வோர் தனிப்பட்ட மதிப்புகள் மற்றும் நெறிமுறைக் கருத்தாய்வுகளுடன் இணைந்த வாங்குதல் முடிவுகளை எடுப்பதில் கவனம் செலுத்துகிறது. சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக தாக்கம் குறித்து நுகர்வோர் அதிகளவில் கவலைப்படுகின்றனர். அவர்களின் தேர்வுகள் மற்றும் நிலையான நடைமுறைகள், நியாயமான வர்த்தகம், கொடுமையற்ற உற்பத்தி மற்றும் பிற நெறிமுறை தரங்களை நிரூபிக்கும் தயாரிப்புகள் மற்றும் பிராண்டுகளைத் தேடுங்கள்.

மினிமலிசம்: மினிமலிசம், அளவைக் காட்டிலும் தரத்தை மையமாகக் கொண்டு, சொந்தமாக வைத்திருக்கும் மற்றும் குறைவாக உட்கொள்ளும் எண்ணத்தை ஊக்குவிக்கிறது. இது பொருள் உடைமைகளைக் குறைப்பதன் மூலம்

ஒருவரின் வாழ்க்கையைக் குறைத்து, எளிமைப்படுத்துவதை வலியுறுத்துகிறது. குறைந்தபட்ச நுகர்வோர் அனுபவங்கள், அர்த்தமுள்ள உறவுகள் மற்றும் தனிப்பட்ட நல்வாழ்வை அதிக நுகர்வுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கின்றனர்.

கூட்டு நுகர்வு: கூட்டு நுகர்வு, பகிர்வு பொருளாதாரம் அல்லது அணுகல் பொருளாதாரம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது நுகர்வோர் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை நேரடியாக சொந்தமாக வைத்திருக்காமல் தற்காலிகமாக அணுகும் மாதிரியாகும். இந்த கருத்து சவாரி-பகிர்வு, வீடு-பகிர்வு, இணை வேலை செய்யும் இடங்கள் மற்றும் வாடகை தளங்கள் போன்ற பல்வேறு நடைமுறைகளை உள்ளடக்கியது. இது வளப் பகிர்வை ஊக்குவிக்கிறது, கழிவுகளை குறைக்கிறது, மேலும் பெரும்பாலும் மலிவான விருப்பங்களை வழங்குகிறது.

டிஜிட்டல் நுகர்வோர்: டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் இ-காமர்ஸின் அதிகரித்து வரும் முக்கியத்துவத்துடன், டிஜிட்டல் நுகர்வோர் என்பது ஆன்லைன் ஷாப்பிங், சமூக ஊடக தாக்கம் மற்றும் டிஜிட்டல் சந்தையுடன் தொடர்புடைய நுகர்வு முறைகள் மற்றும் நடத்தைகளைக் குறிக்கிறது. இது தனிப்பயனாக்கப்பட்ட பரிந்துரைகள், சமூக வர்த்தகம், செல்வாக்குமிக்க சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மெய்நிகர் அனுபவங்கள் போன்ற அம்சங்களை உள்ளடக்கியது.

பொறுப்பான நுகர்வோர்: நுகர்வோர் தங்கள் நுகர்வுத் தேர்வுகளின் விளைவுகளுக்குப் பொறுப்பான நுகர்வோர் பொறுப்பை வலியுறுத்துகிறது. விநியோகச் சங்கிலியைப் புரிந்துகொள்வது, தயாரிப்புகளின் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தாக்கத்தை கருத்தில் கொள்வது மற்றும் வெளிப்படையான தன்மை மற்றும் நெறிமுறை நடைமுறைகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கும் நிறுவனங்களை ஆதரிப்பது ஆகியவை இதில் அடங்கும். பொறுப்பான நுகர்வோர் தனிப்பட்ட செயல்களுக்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் முறையான மாற்றத்தை ஏற்படுத்த கூட்டு முயற்சிகளை ஊக்குவிக்கிறது.

சுற்றறிக்கை பொருளாதாரம்: ஒரு வட்டப் பொருளாதாரத்தின் கருத்து, உற்பத்தி

மற்றும் நுகர்வு (எடுத்தல்-அகற்றுதல்) மற்றும் பாரம்பரிய நேரியல் மாதிரியிலிருந்து விலகிச் செல்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

அதற்கு பதிலாக ஒரு மீளுருவாக்கம் அணுகுமுறையை ஊக்குவிக்கிறது. இது கழிவுகளைக் குறைத்தல், வளங்களின் செயல்திறனை அதிகரிப்பது மற்றும் மறுசுழற்சி, மறுசுழற்சி மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் பொருட்களின் மறுபயன்பாட்டை மேம்படுத்துதல் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகிறது. சுற்றறிக்கை பொருளாதாரக் கொள்கைகள் ஒரு மூடிய-லூப் அமைப்பை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன, அங்கு பொருட்கள் முடிந்தவரை நீண்ட காலத்திற்கு பயன்பாட்டில் வைக்கப்படுகின்றன.

உணர்ச்சி நுகர்வுவாதம்: நுகர்வோர் நடத்தை மற்றும் முடிவெடுப்பதில் உணர்ச்சிகள் வகிக்கும் குறிப்பிடத்தக்க பங்கை உணர்ச்சி நுகர்வோர் அங்கீகரிக்கிறது. அர்த்தமுள்ள மற்றும் நீடித்த நுகர்வோர் உறவுகளை உருவாக்குவதில் உணர்ச்சிபூர்வமான தொடர்புகள், கதைசொல்லல் மற்றும் அனுபவ சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றின் முக்கியத்துவத்தை இது எடுத்துக்காட்டுகிறது. பிராண்டுகள் நேர்மறையான உணர்ச்சிகளைத் தூண்டவும், தனிப்பட்ட தொடர்புகளை உருவாக்கவும், நுகர்வோரின் அபிலாஷைகள் மற்றும் மதிப்புகளைத் தட்டவும்.

இந்த வளர்ந்து வரும் கருத்துக்கள் நுகர்வோரின் வளர்ந்து வரும் மனநிலையை பிரதிபலிக்கின்றன, அவர்கள் நுகர்வுக்கு மிகவும் நிலையான, அர்த்தமுள்ள மற்றும் நனவான அணுகுமுறையை அதிகளவில் நாடுகின்றனர்.

பசுமை நுகர்வோர்வாதம்:

பசுமை நுகர்வோர் என்பது ஒரு நிலையைக் குறிக்கிறது. நட்ட உற்பத்திசெயல்முறை அல்லது கிரகங்களின் வளங்களை மறுசுழற்சி செய்து

பாதுகாப்பதை உள்ளடக்கிய ஒன்று. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பசுமை நுகர்வு என்பது சுற்றுச்சூழல் சார்பு நன்மைகளின் அடிப்படையில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பயன்பாடு அல்லது பயன்பாடு ஆகியவற்றின் உற்பத்தி, ஊக்குவிப்பு மற்றும் முன்னேற்றம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

பொருளாதார, சமூக மற்றும் கலாச்சார சக்திகள் பசுமை நுகர்வுக்கான கட்டமைப்பை அமைத்துள்ளன. ஏனென்றால், இது நவீன யுகத்தில் ஒரு சமூக அணுகுமுறை மற்றும் இயக்கம், குறிப்பாக நிறுவனங்களின் உற்பத்தி செயல்முறைகள் பற்றி மேலும் விழிப்புடன் இருக்க மக்களை ஊக்குவிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டது மற்றும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை மட்டுமே வாங்க அல்லது பயன்படுத்த வேண்டும்.தீங்கு செய்யாதே சூழல். இந்த காரணத்திற்காக, பசுமை நுகர்வோர் இடையே ஒரு சமநிலையை உருவாக்கியுள்ளது வாங்குபவர்களின் நடத்தைகள் மற்றும் நிறுவனங்களின் இலாப நோக்கங்கள் பெரும்பாலும் நுகர்வோரின் நிலையான மற்றும் சுற்றுச்சூழல் சார்பு நடத்தையை அடிப்படையாகக் கொண்டது..

பசுமை நுகர்வோர் முக்கியத்துவம்

பசுமை நுகர்வோர் என்பது நிர்வாகத்தின் முழுமையான மற்றும் பொறுப்பான செயல்முறையாகும்.சுற்றுச்சூழல் மற்றும் ஆரோக்கியத்திற்கு ஆபத்தை ஏற்படுத்தாத ஒன்று மனிதர்கள். திபச்சை முக்கியத்துவம்நுகர்வோர், எனவே, அடங்கும்

1. பேக்கேஜிங்கில் கழிவு குறைக்கப்பட்டது

பசுமை நுகர்வோர் சிக்கனமான பேக்கேஜிங் விருப்பங்களை ஆதரிக்கிறது. முன் தொகுக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளுக்குப் பதிலாக காய்கறிகள் மற்றும் பழங்கள் போன்ற தளர்வான பொருட்களை வாங்க விருப்பம் போன்ற சமூக அணுகுமுறைகளைக் கொண்டுள்ளது. மேலும், இது காகிதம் மற்றும் பிளாஸ்டிக் பேக்கேஜிங் பைகள் மற்றும் டிஸ்களை அடிக்கடி பயன்படுத்துவதை ஊக்குவிக்கிறது.சுற்றுச்சூழல்

சீர்கேட்டை ஏற்படுத்தும்.

2. அதிகரித்த ஆற்றல் திறன்

பசுமை நுகர்வு மனப்பான்மை ஆற்றல் திறமையான பயன்பாட்டிற்கு பரிந்துரைக்கிறது. இது இறுதியில் உதவுகிறதுபணத்தை சேமிக்கிறது. பயன்பாட்டுக் கட்டணங்களைக் குறைத்தல், பசுமை இல்ல வாயுக்களின் உமிழ்வைக் குறைத்தல் மற்றும் வளர்ந்து வரும் ஆற்றல் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய பொருளாதாரங்களை செயல்படுத்துதல். பசுமை நுகர்வுவாதத்தின் மூலம், பயன்பாட்டு அமைப்புகளின் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் பொருளாதார நன்மைகள் மற்றும் திறனற்ற உற்பத்தி செயல்முறைகளுடன் தொடர்புடைய இடர் மேலாண்மை ஆகியவை அடையப்பட்டுள்ளன.

3. உற்பத்தி மற்றும் போக்குவரத்து செயல்முறைகளின் போது உமிழ்வுகள் மற்றும் பிற மாசுபாடுகளின் வெளியீடு குறைந்தது

பசுமை நுகர்வுக்கு நன்றி, போக்குவரத்துத் துறை மற்றும் தொழில்களில் இருந்து வெளியேற்றம் கணிசமாகக் குறைக்கப்பட்டுள்ளது. மேலும், பசுமையான நுகர்வோர் ஆலோசனைகள் மற்றும் திட்டங்களின் காரணமாக, உமிழ்வுக்கு எதிரான கடுமையான தரநிலைகள் வைக்கப்பட்டுள்ளன, இதனால் எஞ்சின்கள் மற்றும் மோட்டார்களில் இருந்து உமிழ்வைக் குறைக்கிறது மற்றும் சுத்தப்படுத்தும் எரிபொருள் விருப்பங்களின் முன்னேற்றம்.

4. அதிக ஆரோக்கியமான உணவுகளை உட்கொள்வது

பசுமை நுகர்வோர் ஆலோசகர்கள் மூலம், சுற்றுச்சூழல் நட்பு உணவு உற்பத்திக்கான தேவை அதிகரித்து வருகிறது. இதன் விளைவாக, மக்கள் படிப்படியாக அதிகமாக வாங்கும் கலாச்சாரத்தை வளர்த்து வருகின்றனர். கரிம மற்றும் உள்ளூர் உணவு, செயற்கையான இரசாயன உரங்கள், நுண்ணுயிர் எதிர்ப்பிகள்,

ஹார்மோன்கள் அல்லது பூச்சிக்கொல்லிகளைப் பயன்படுத்தி அவை பயிரிடப்படாமலோ அல்லது உற்பத்தி செய்யப்படாமலோ இருப்பதால் இது ஆரோக்கியமானது.

பசுமை நுகர்வோர்வாதம், நிலையான அல்லது சுற்றுச்சூழல் நட்பு நுகர்வோர் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை மற்றும் நெறிமுறைக் கருத்தாய்வுகளைக் கருத்தில் கொண்டு கொள்முதல் முடிவுகளை எடுக்கும் நடைமுறையைக் குறிக்கிறது. சுற்றுச்சூழலில் குறைந்த தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பை மேம்படுத்தும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பது இதில் அடங்கும்.

நாம் எதிர்கொள்ளும் சுற்றுச்சூழல் சவால்களான காலநிலை மாற்றம், காடழிப்பு மற்றும் மாசுபாடு போன்றவற்றைப் பற்றி அதிகமான மக்கள் அறிந்திருப்பதால், பசுமை நுகர்வோர் கருத்து சமீபத்திய ஆண்டுகளில் குறிப்பிடத்தக்க பிரபலத்தைப் பெற்றுள்ளது. நுகர்வோர் தங்கள் நுகர்வு முறைகளின் விளைவுகளைப் பற்றி அதிக அக்கறை கொண்டுள்ளனர் மற்றும் அவர்களின் சுற்றுச்சூழல் தடயத்தைக் குறைப்பதற்கான வழிகளைத் தேடுகின்றனர்.

பசுமை நுகர்வோர் பல்வேறு அம்சங்களை உள்ளடக்கியது, உட்பட:

நிலையான தயாரிப்புகள்: நுகர்வோர் மறுசுழற்சி செய்யப்பட்ட பொருட்களிலிருந்து தயாரிக்கப்படும் தயாரிப்புகளைத் தேர்வு செய்கிறார்கள், புதுப்பிக்கத்தக்க வளங்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள் அல்லது தங்கள் வாழ்நாள் முழுவதும் சுற்றுச்சூழலில் குறைந்த தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறார்கள். உதாரணங்களில் கரிம உணவு, சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த துப்புரவு பொருட்கள் மற்றும் ஆற்றல் திறன் கொண்ட உபகரணங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

நெறிமுறை மற்றும் நியாயமான வர்த்தகம்: நுகர்வோர் நியாயமான

தொழிலாளர் நிலைமைகளின் கீழ் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களைத் தேர்வு செய்கிறார்கள் மற்றும் தொழிலாளர்களின் உரிமைகளை ஆதரிக்கின்றனர். நியாயமான வர்த்தக தயாரிப்புகள் வளரும் நாடுகளில் உற்பத்தியாளர்கள் நியாயமான ஊதியத்தைப் பெறுவதையும் பாதுகாப்பான வேலை நிலைமைகளைக் கொண்டிருப்பதையும் உறுதி செய்கின்றனர்.

புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல்: புதைபடிவ எரிபொருட்களை நம்பியிருப்பதைக் குறைக்கவும், கார்பன் தடயத்தைக் குறைக்கவும், சூரிய அல்லது காற்றாலை போன்ற புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல் மூலங்களுக்கு நுகர்வோர் மாறுகின்றனர்.

மினிமலிசம் மற்றும் நனவான நுகர்வு: நுகர்வோர் தேவையற்ற வாங்குதல்களைக் குறைத்து, தங்களுக்கு உண்மையிலேயே தேவைப்படுவதை மட்டும் வாங்குவதில் கவனம் செலுத்துவதன் மூலம் மினிமலிசத்தை கடைப்பிடிக்கின்றனர். நனவான நுகர்வு என்பது கொள்முதல் செய்வதற்கு முன் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்பு மற்றும் நிறுவனங்களின் நெறிமுறை நடைமுறைகளை ஆராய்வதை உள்ளடக்கியது.

மறுசுழற்சி மற்றும் கழிவு குறைப்பு: நுகர்வோர் மறுசுழற்சி திட்டங்களில் தீவிரமாக பங்கேற்கிறார்கள் மற்றும் குறைந்த பேக்கேஜிங் கொண்ட தயாரிப்புகளை தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலம் அல்லது பொருட்களை மீண்டும் பயன்படுத்துவதன் மூலம் மற்றும் மறுபயன்பாடு செய்வதன் மூலம் கழிவுகளை குறைக்கிறார்கள்.

நிலையான பிராண்டுகளுக்கான ஆதரவு: நிலைத்தன்மை, சுற்றுச்சூழல் பொறுப்புணர்வு மற்றும் சமூகப் பொறுப்பு ஆகியவற்றிற்கான அர்ப்பணிப்பை நிரூபிக்கும் பிராண்டுகளிலிருந்து நுகர்வோர் ஆதரவு மற்றும் வாங்குதல்.

பசுமை நுகர்வோர் பல நேர்மறையான தாக்கங்களை ஏற்படுத்தலாம். இது

வணிகங்களை மேலும் நிலையான நடைமுறைகளை பின்பற்றவும், சூழல் நட்பு தயாரிப்புகளை உருவாக்கவும் ஊக்குவிக்கிறது. இது புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல், கழிவு குறைப்பு மற்றும் வள பாதுகாப்பு ஆகியவற்றில் புதுமைகளை இயக்குகிறது. கூடுதலாக, பசுமையான நுகர்வோர் சந்தை போக்குகளை பாதிக்கலாம், இது மிகவும் நிலையான மற்றும் வட்டமான பொருளாதாரத்தை நோக்கி மாற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

இருப்பினும், பசுமை நுகர்வோர் மட்டுமே அனைத்து சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளையும் தீர்க்க முடியாது என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். உற்பத்தி, கொள்கைகள் மற்றும் தனிப்பட்ட நடத்தையில் முறையான மாற்றங்களை உள்ளடக்கிய ஒரு பரந்த நிலைத்தன்மை அணுகுமுறையின் ஒரு பகுதியாக இது பார்க்கப்பட வேண்டும். நீண்டகால சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மையை அடைவதற்கு அரசாங்க விதிமுறைகள், பெருநிறுவன பொறுப்பு மற்றும் கூட்டு நடவடிக்கை ஆகியவையும் முக்கியமானவை.

சைபர் நுகர்வோர்

இணையத் தொழில்நுட்பம் ஆன்லைனில் விற்பனை மற்றும் வாங்குதல்களை எளிதாக்கியுள்ளது.

இந்த சூழ்நிலையில் நுகர்வோர் விற்பனையாளருடன் நேருக்கு நேர் வருவதில்லை, ஆனால் வணிகமானது இணையம் இயக்கப்பட்ட தொழில்நுட்பம் மூலம் பரிவர்த்தனை செய்யப்படுகிறது. நுகர்வோர் இந்த சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதை "சைபர் நுகர்வோர்" என்று அழைக்கலாம்.

சைபர் நுகர்வோர் என்பது நுகர்வோர் நடத்தை மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை கையகப்படுத்துதல் ஆகியவை முதன்மையாக டிஜிட்டல் துறையில் நடைபெறுகிறது. இணையத்தளங்கள் மற்றும் மொபைல் பயன்பாடுகள் போன்ற பல்வேறு டிஜிட்டல் தளங்கள் மூலம் தனிநபர்கள் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை

உலாவலாம், ஒப்பிடலாம் மற்றும் வாங்கலாம்.

இணைய நுகர்வுவாதத்தில், நுகர்வோர் தங்கள் வாங்குதல் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய தொழில்நுட்பம் மற்றும் இணையத்தை பெரிதும் நம்பியுள்ளனர். நுகர்வோர் நடத்தையில் இந்த மாற்றம் தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றம், மேம்படுத்தப்பட்ட இணைய இணைப்பு மற்றும் வளர்ந்து வரும் பிரபலம் ஆகியவற்றால் எளிதாக்கப்பட்டுள்ளது.

ஆன்லைன் சந்தைகளில், நுகர்வோர் இப்போது எங்கிருந்தும், எந்த நேரத்திலும், பெரும்பாலும் வீட்டு வாசலில் டெலிவரி செய்யும் வசதியுடன் பரந்த அளவிலான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை அணுகலாம்.

இணைய நுகர்வோர் பல முக்கிய அம்சங்கள் உள்ளன:

ஆன்லைன் ஷாப்பிங்: சைபர் நுகர்வோர் மக்கள் ஷாப்பிங் செய்யும் விதத்தில் புரட்சியை ஏற்படுத்தியுள்ளது. நுகர்வோர் ஆன்லைனில் பரந்த அளவிலான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை ஆராயலாம், மதிப்புரைகளைப் படிக்கலாம், விலைகளை ஒப்பிடலாம் மற்றும் ஒரு சில கிளிக்குகளில் வாங்கலாம். இந்த வசதி மற்றும் அணுகல் பாரம்பரிய செங்கல் மற்றும் மோட்டார் சில்லறை விற்பனையில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளது.

தனிப்பயனாக்கம் மற்றும் இலக்கு விளம்பரம்: தரவு சேகரிப்பு மற்றும் பகுப்பாய்வு மூலம், நிறுவனங்கள் குறிப்பிட்ட நுகர்வோர் விருப்பத்தேர்வுகள் மற்றும் நடத்தைகளை குறிவைக்க சந்தைப்படுத்தல் செய்திகள் மற்றும் விளம்பரங்களை தனிப்பயனாக்கலாம். இந்த இலக்கு அணுகுமுறையானது, தனிப்பட்ட நுகர்வோருடன் எதிரொலிக்க அதிக வாய்ப்புள்ள தயாரிப்புகள் மற்றும் விளம்பரங்களை வழங்குவதன் மூலம், வடிவமைக்கப்பட்ட ஷாப்பிங் அனுபவத்தை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

சமூக வர்த்தகம்: சமூக ஊடக தளங்கள் இணைய நுகர்வோருக்கான குறிப்பிடத்தக்க சேனல்களாக மாறிவிட்டன. செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களின் ஒப்புதல்கள், சக பரிந்துரைகள் மற்றும் ஸ்பான்சர் செய்யப்பட்ட உள்ளடக்கம் மூலம் பயனர்கள் தயாரிப்புகளைக் கண்டறிய முடியும். சமூக ஊடக தளங்கள் பெரும்பாலும் ஷாப்பிங் அம்சங்களை ஒருங்கிணைத்து, பயனர்களை நேரடியாக பயன்பாட்டிற்குள் வாங்க அனுமதிக்கிறது.

சந்தா சேவைகள்: இணைய நுகர்வோர்வாதத்தின் எழுச்சி சந்தா அடிப்படையிலான சேவைகளின் பிரபலத்திற்கு வழிவகுத்தது. ஸ்ட்ரீமிங் தளங்கள், க்யூரேட்டட் தயாரிப்பு பெட்டிகள் மற்றும் மென்பொருள் பயன்பாடுகள் போன்ற பல்வேறு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கு நுகர்வோர் குழுசேரலாம். இந்த சேவைகள் வசதி, செலவு சேமிப்பு மற்றும் பொருட்கள் அல்லது உள்ளடக்கத்தின் தொடர்ச்சியான விநியோகத்தை வழங்குகின்றன.

விர்ச்சுவல் ரியாலிட்டி (விஆர்) மற்றும் ஆக்மென்டட் ரியாலிட்டி (ஏஆர்): விஆர் மற்றும் ஏஆர் தொழில்நுட்பங்கள் இணைய நுகர்வோர் அனுபவத்தை மேம்படுத்தும் திறனைக் கொண்டுள்ளன. அவர்கள் நுகர்வோரை அனுமதிக்கிறார்கள் தயாரிப்புகளை காட்சிப்படுத்துங்கள், உடைகள் அல்லது அணிகலன்களை கிட்டத்தட்ட முயற்சி செய்து, தங்கள் வீடுகளை விட்டு வெளியேறாமல் ஷாப்பிங் சூழலை அனுபவியுங்கள்.

தரவு தனியுரிமை மற்றும் பாதுகாப்பு: இணைய நுகர்வோர், தரவு தனியுரிமை மற்றும் பாதுகாப்பு பற்றிய கவலைகள் அதிக முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளன. ஆன்லைனில் தனிப்பட்ட தகவல்களைப் பகிர்வதில் நுகர்வோர் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் அவர்கள் பயன்படுத்தும் தளங்களில் தங்கள் தரவைப்

பாதுகாக்க போதுமான பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகள் இருப்பதை உறுதிசெய்ய வேண்டும்.

சைபர் நுகர்வோர் சில்லறை விற்பனை நிலப்பரப்பை மாற்றியுள்ளது மற்றும் புதிய வாய்ப்புகளையும் வசதிகளையும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்கியுள்ளது. இருப்பினும், இது தகவல் சுமை, உந்துவிசை வாங்குதல் மற்றும் பாரம்பரிய வணிகங்களின் மீதான தாக்கம் தொடர்பான சவால்களையும் கொண்டுவருகிறது. டிஜிட்டல் யுகத்தில் உள்ள நுகர்வோர் மற்றும் வணிகங்களுக்கு இணைய நுகர்வோரின் நன்மைகள் மற்றும் சாத்தியமான குறைபாடுகளுக்கு இடையில் சமநிலையை ஏற்படுத்துவது அவசியம்.

மின் நுகர்வோர்

புதிய மில்லினியத்தில், இந்தியப் பொருளாதாரத்தின் இயல்பை இயற்பியல் பொருளாதாரத்திலிருந்து டிஜிட்டல் பொருளாதாரத்திற்கு மாற்றியதன் மூலம், நுகர்வோர் புத்தம் புதிய ஆன்லைன் (டிஜிட்டல்) பொருளாதாரத்தில் நுழைந்துள்ளனர். 'e-புரட்சி மற்றும் தரவுத் தொழில்நுட்பத்துடன், புத்தம் புதிய உலகளாவிய மெய்நிகர் பொருளாதாரத்தின் சாத்தியமான சின்னத்தின் காரணமாக மின்னணு வர்த்தகம் வெளிப்பட்டது. ஆன்லைன் ஷாப்பிங்கில், ஒருபுறம், சேவைகள், பொருட்கள் மற்றும் மிக முக்கியமாக விலைகளில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வசதி, வேகம் மற்றும் உலகளாவிய தேர்வு வழங்கப்படுகிறது, இருப்பினும், எதிர்புறம், இணையம் சுற்றுச்சூழலுக்குள் நுகர்வோருக்கு புதிய அபாயங்களைக் குறிக்கிறது. மின் சந்தைப்படுத்தல். ஷாப்பிங்கின் முடிவுகள், நிகரத்தின் எல்லையற்ற உலகில், பல்வேறு வழிகளில் ஆஃப்லைன் உலகத்திலிருந்து வேறுபட்டு செயல்படுகின்றன. தரம், தனியுரிமை, கொடுப்பனவுகள் தொடர்பான சிக்கல்களை உள்ளடக்கிய போது மின்னணு சூழலில் புரவலரின் நிலை முதன்மையாக பலவீனமாக இருக்கும். மற்றும்

மின் பரிவர்த்தனைகள். இந்த உரை, ஆன்லைன் இந்தியப் பொருளாதாரத்தின் முதுகெலும்பாக நுகர்வோர் உரிமைகளின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குகிறது மற்றும் இ-பேங்கிங் மற்றும் ஆன்லைன் ஷாப்பிங்கில் நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் முக்கிய அச்சுறுத்தல்களை விளக்குகிறது.

நுகர்வோர்வாதத்தின் விளைவுகள்

நுகர்வோர் என்பது அதிக விகிதத்தில் பொருட்களை நுகர்வதைக் குறிக்கிறது. பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் விற்பனை பொருளாதாரத்தை தீர்மானிக்கிறது. மொத்த தேசிய உற்பத்தி என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் மொத்தமாகும். சமூகத்தால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு நுகரப்படும் பொருட்கள், பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சி விகிதம் அதிகமாகும். ஒரு தேசத்தின் செழுமை, அதில் வசிக்கும் தனிநபர்களின் தனிநபர் வருமானத்தை வைத்து மதிப்பிடப்படுகிறது. மக்களின் வாங்கும் திறன் அதிகமாக இருந்தால், பொருளாதாரம் "நன்றாகச் செயல்படும்" என்று கருதப்படுகிறது.

ஒரு நுகர்வோர் சமூகத்தில், மக்கள் தங்கள் பொருட்களை புதியவற்றுடன் மாற்றுகிறார்கள். அவர்கள் பொருட்களை வாங்குகிறார்கள், பயன்படுத்துகிறார்கள் மற்றும் தூக்கி எறிகிறார்கள். புதிய பொருட்கள் பழையதாக மாறும்போது புதியவை மாற்றப்படுகின்றன. பழுதுபார்க்கும் கேள்வி எழவில்லை. பொருட்களை வாங்குவதற்கு மக்களிடம் பணம் இருக்கிறது. அவர்கள் அவ்வாறு செய்யாவிட்டால், அது மந்தநிலை மற்றும் மனச்சோர்வுக்கு வழிவகுக்கும் மற்றும் வேலையின்மைக்கு வழிவகுக்கும்.

நுகர்வோர்வாதத்தின் விளைவுகள்:

ஒரு நபரின் வாழ்க்கைத் தரம் அவரது பொருள் உடைமைகளால் மதிப்பிடப்படுவதால், மேற்கத்திய பொருளாதாரங்களில் நுகர்வோர் பாராட்டப்படுகிறது.

சில நேர்மறையான விளைவுகள் உள்ளன:

நேர்மறை நுகர்வோர் விளைவுகள்

முதன்மை நேர்மறை நுகர்வோர் விளைவுகள்:

- மேலும் தொழில்துறை உற்பத்தி.
- அதிக வளர்ச்சி விகிதம் பொருளாதாரம்.
- மேலும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் கிடைக்கும்.
- உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் விற்கப்பட வேண்டும் என்பதால் அதிக விளம்பரம்.
- உற்பத்தி பெருகினால் அதிக வேலை வாய்ப்பு கிடைக்கும்.
- தேர்வு செய்ய பல்வேறு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள்.
- சிறந்த வாழ்க்கை முறைக்கு அதிக வசதிகள்.

ஒரு சமூகத்தில் கொடுக்கப்பட்ட சூழ்நிலையில் எப்போதும் சில இடர்பாடுகள் உள்ளன. பொருள் வளம் என்பது நுகர்வுவாதத்தில் இருக்கலாம் ஆனால், அது மக்கள் மற்றும் சமூகத்தின் மீது எதிர்மறையான விளைவுகளை ஏற்படுத்துகிறது.

எதிர்மறை நுகர்வோர் விளைவுகள்:

எதிர்மறை நுகர்வோர் விளைவுகள்:

- பொருட்களின் மீது ஆசை அதிகம். மக்களின் விருப்பங்களும் விருப்பங்களும் பெருகும். அவர்களின் வருமானம் சிறப்பாக இருந்தால், அவர்களின் வாங்கும் திறன் சிறப்பாக இருக்கும். ஆனால், அவர்களால் அவ்வாறு செய்ய முடியவில்லை, பின்னர் அவர்கள் அதிருப்தி அடைகின்றனர்.
- ஒருவர் அதிக வருமானம் ஈட்டுவதற்காக எலிப் பந்தயத்தில் ஈடுபட்டுள்ளார், மேலும் மன அழுத்தம் மற்றும் வேலை தொடர்பான பிற பதட்டங்களைச் சமாளிக்க வேண்டிய கட்டாயத்தில் உள்ளார்.

- ஒரு சமூகம் மிகவும் வளர்ந்ததா இல்லையா என்பதை தீர்மானிக்கும் காரணியாக பொருள் செல்வம் உள்ளது. ஆன்மீக விழுமியங்கள் குறைவாகவே உள்ளன. பொதுவாக ஆன்மீக விழுமியங்களைப் போற்றும் கிழக்கைச் சேர்ந்த ஒருவருக்கு இது பொருந்தாது.
- உழைப்பைச் சேமிக்கும் சாதனங்களை அதிகமாகச் சார்ந்திருத்தல்.
- ஒவ்வொரு தனிநபருக்கும் ஒரு கார் என்பது பொதுப் போக்குவரத்தின் படிப்படியான அரிப்பைக் குறிக்கும்.
- விலையுயர்ந்த கேஜெட்களை வைத்திருக்க விரும்புவதால் குற்ற விகிதமும் அதிகரிக்கிறது. திருட்டுகள் சர்வசாதாரணமாகி, பகல் கொள்ளைகள் நடக்கின்றன.
- மக்கள் தங்கள் வாழ்க்கைத் தரத்தைத் தக்கவைக்க அதிக சம்பாதிக்க முயற்சிப்பதால் தனிப்பட்ட உறவுகளும் பாதிக்கப்படுகின்றன.
- மலிவான பொருட்கள் மற்ற பொருட்களிலிருந்து இறக்குமதி செய்யப்படுகின்றன, இது உள்நாட்டில் அடிப்படையிலான உற்பத்தித் தொழில்களின் வளர்ச்சியை பாதிக்கிறது.
- நுகர்வுச்சூழல் ஏற்றத்தாழ்வுகளிலும் விளைந்துள்ளது. மேலும் பொருட்களை உருவாக்கவும், வானிலையை பாதிக்கும் வகையில் அதிக கட்டிடங்களை உருவாக்கவும் இயற்கை வாழ்விடங்கள் அழிக்கப்படுகின்றன. புவி வெப்பமடைதல் இறுதியில் உடல்நலப் பிரச்சினைகளை ஏற்படுத்தும். தொழிற்சாலை மாசுபாடு மக்களை பல வழிகளில் பாதிக்கிறது.
- மக்களின் வாழ்க்கை முறைகளும் ஒரு வகையில் மாறிவிட்டன, அவை மிகவும் ஆடம்பரமாகவும், எளிமையில் கவனம் செலுத்துவதை விட பொருள் வசதிகள் நிறைந்ததாகவும் இருக்கின்றன. கிழக்கு ஆன்மீகம்

மற்றும் தத்துவம் எப்போதும் எளிமையை வலியுறுத்துகின்றன.

- அந்தந்த நாட்டின் இயற்கை வளங்களையும் நுகர்வினால் அழித்து வருகிறது.
- மனச்சோர்வு போன்ற ஒருவரின் ஆசைகள் அர்த்தப்படுத்தப்படாவிட்டால், உளவியல் ஆரோக்கியமும் பாதிக்கப்படலாம். பொறாமையும் பொறாமையும் குற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

நுகர்வோர்வாதம், அதிகப்படியான நுகர்வு மற்றும் பொருள் உடைமைகளைப் பின்தொடர்தல் கலாச்சாரம், தனிநபர்கள், சமூகம் மற்றும் சுற்றுச்சூழலில் நேர்மறையான மற்றும் எதிர்மறையான விளைவுகளை ஏற்படுத்துகிறது. நுகர்வோர்வாதத்தின் சில முக்கிய விளைவுகள் இங்கே:

பொருள்முதல்வாத மனப்பான்மை: பொருள் உடைமைகளை முதன்மைப்படுத்தவும் அவற்றை மகிழ்ச்சி மற்றும் வெற்றியுடன் சம்பந்தத்தையும் நுகர்வோர் மக்களை ஊக்குவிக்கிறது. இது தனிநபர்கள் தொடர்ந்து அதிகமாக தேடும் ஒரு பொருள்முதல்வாத மனநிலைக்கு வழிவகுக்கும், உடைமைகள், உறவுகள், தனிப்பட்ட வளர்ச்சி மற்றும் நல்வாழ்வு போன்ற வாழ்க்கையின் பொருள் அல்லாத அம்சங்களை அடிக்கடி புறக்கணித்தல்.

பொருளாதார வளர்ச்சி: பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவையை அதிகரிப்பதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டுவதில் நுகர்வோர் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. அதிகரித்த நுகர்வோர் செலவுகள் வேலை உருவாக்கம், அதிக உற்பத்தி நிலைகள் மற்றும் ஒட்டுமொத்த பொருளாதார செழுமைக்கு வழிவகுக்கும். எவ்வாறாயினும், பொருளாதார வளர்ச்சியின் முதன்மை இயக்கியாக நுகர்வோர் செலவினங்களை நம்பியிருப்பது, ஏற்ற இறக்கங்கள் மற்றும் வீழ்ச்சிகளுக்கு பொருளாதாரங்களை

பாதிப்படையச் செய்யலாம்.

கடன் மற்றும் நிதி உறுதியற்ற தன்மை: பொருள் உடைமைகளை இடைவிடாமல் பின்தொடர்வது தனிப்பட்ட கடனை அதிகரிக்க வழிவகுக்கும். மக்கள் தங்கள் நுகர்வோர் வாழ்க்கை முறையைத் தக்கவைக்க கடன் வாங்குவதை நாடலாம், இதன் விளைவாக நிதி உறுதியற்ற தன்மை மற்றும் மன அழுத்தம் ஏற்படுகிறது. தனிநபர் கடனின் உயர் நிலைகள் கடன் நெருக்கடிகள் மற்றும் மந்தநிலை போன்ற பரந்த பொருளாதார தாக்கங்களையும் ஏற்படுத்தலாம்.

சுற்றுச்சூழல் பாதிப்பு: நுகர்வோர் சுற்றுச்சூழலில் பெரும் சமையை ஏற்படுத்துகிறது. பொருட்களின் உற்பத்தி, போக்குவரத்து மற்றும் அகற்றல் ஆகியவை வளக் குறைவு, மாசுபாடு மற்றும் கிரீன்ஹவுஸ் வாயு வெளியேற்றத்திற்கு பங்களிக்கின்றன. மூலப்பொருட்களின் பிரித்தெடுத்தல், காடழிப்பு மற்றும் அதிகப்படியான கழிவு உற்பத்தி ஆகியவை சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகள், பல்லுயிர் மற்றும் காலநிலை மாற்றம் ஆகியவற்றில் பாதகமான விளைவுகளை ஏற்படுத்துகின்றன.

நிலையற்ற நுகர்வு முறைகள்: நுகர்வோர் பெரும்பாலும் "எறியும் கலாச்சாரத்தை" ஊக்குவிக்கிறது, அங்கு பொருட்கள் விரைவாக நிராகரிக்கப்படுகின்றன மற்றும் மாற்றப்படுகின்றன. இது அதிகப்படியான நுகர்வு, விரயம் மற்றும் மக்காத குப்பைகள் அதிக அளவில் உருவாக வழிவகுக்கிறது. இது திட்டமிட்ட வழக்கற்றுப்போவதற்கும் பங்களிக்கிறது, அங்கு தயாரிப்புகள் வேண்டுமென்றே மீண்டும் மீண்டும் வாங்குவதை ஊக்குவிப்பதற்காக வரையறுக்கப்பட்ட ஆயுட்காலத்துடன் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.

உளவியல் மற்றும் சமூக தாக்கங்கள்: நுகர்வோர் மன அழுத்தம், பதட்டம் மற்றும் அதிருப்தி உள்ளிட்ட எதிர்மறையான உளவியல் விளைவுகளை ஏற்படுத்தலாம். விளம்பரங்களை தொடர்ந்து வெளிப்படுத்துதல் மற்றும் பொருள்முதல்வாத தரநிலைகளுக்கு இணங்க சமூக அழுத்தம் ஆகியவை போதாமை உணர்வை உருவாக்கி, எப்போதும் அதிகமாக விரும்பும் சுழற்சியை நிலைநிறுத்தலாம். கூடுதலாக, நுகர்வோர் சமூக சமத்துவமின்மைக்கு பங்களிக்க முடியும், ஏனெனில் சில பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான அணுகல் நிலை மற்றும் சலுகையின் அடையாளமாகிறது.

மாற்று மதிப்புகள் மற்றும் நல்வாழ்வு: பொருள் உடைமைகளுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் கொடுப்பது அனுபவங்கள், தனிப்பட்ட வளர்ச்சி மற்றும் அர்த்தமுள்ள உறவுகள் போன்ற வாழ்க்கையின் பொருள் அல்லாத அம்சங்களின் முக்கியத்துவத்தை மறைத்துவிடும். நுகர்வோர் குறைப்பு மற்றும் நல்வாழ்வு, நிலைத்தன்மை மற்றும் சமூக ஈடுபாடு ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துவது அதிக வாழ்க்கை திருப்தி மற்றும் ஒட்டுமொத்த மகிழ்ச்சிக்கு வழிவகுக்கும் என்று சிலர் வாதிடுகின்றனர்.

நுகர்வோர்வாதத்தின் எதிர்மறையான விளைவுகளைத் தணிக்க, பொறுப்பான நுகர்வு மற்றும் நிலையான, நிறைவான வாழ்க்கையைப் பின்தொடர்வதற்கு இடையே சமநிலையை ஏற்படுத்துவது அவசியம். இதில் அதிக விழிப்புணர்வுடன் நுகர்வுப் பழக்கங்களைப் பின்பற்றுதல், நிலையான உற்பத்தி மற்றும் வணிக நடைமுறைகளை ஊக்குவித்தல் மற்றும் பொருள் செல்வத்திற்கு அப்பாற்பட்ட சமூக மதிப்புகளை மறு மதிப்பீடு செய்தல் ஆகியவை அடங்கும்.

அலகு -II

நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் -நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள்-கேவியட் எம்ப்ளர் மற்றும் கேவியட் வென்டிட்டர்- பொது நல வழக்குகள் மூலம் நுகர்வோர் உரிமைகளை அமல்படுத்துதல்.

நுகர்வோர் உரிமை

நுகர்வோர் உரிமைகள் என்பது நுகர்வோர் மற்றும் வணிகங்களுக்கு இடையே நியாயமான மற்றும் பாதுகாப்பான தொடர்புகளை உறுதி செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்ட கொள்கைகள் மற்றும் பாதுகாப்புகளின் தொகுப்பாகும். இந்த உரிமைகள் நுகர்வோரை மேம்படுத்தவும் பொருளாதார பரிவர்த்தனைகளில் ஈடுபடும் போது அவர்களுக்கு சில உத்தரவாதங்களை வழங்கவும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் உரிமைகளின் பிரத்தியேகங்கள் நாடுகள் மற்றும் அதிகார வரம்புகளில் மாறுபடும் போது, பொதுவாக அங்கீகரிக்கப்பட்ட அடிப்படை உரிமைகள் உள்ளன:

பாதுகாப்புக்கான உரிமை: நுகர்வோர் தங்கள் உடல்நலம் அல்லது பாதுகாப்பிற்கு அபாயகரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் சந்தைப்படுத்துதலுக்கு எதிராகப் பாதுகாக்கப்படுவதற்கான உரிமையைப் பெற்றுள்ளனர். தயாரிப்புகள் சரியான எச்சரிக்கைகள் மற்றும் அறிவுறுத்தல்களுடன் சரியாக லேபிளிடப்பட்டிருக்க வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கும் உரிமையும் இதில் அடங்கும்.

தகவல் பெறும் உரிமை: பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய துல்லியமான மற்றும் உண்மையுள்ள தகவல்களைப் பெற நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. தயாரிப்புகளின் தரம், அளவு, விலை, கலவை மற்றும் சாத்தியமான அபாயங்கள் பற்றி தெரிவிக்கும் உரிமையும் இதில் அடங்கும்.

தேர்வுக்கான உரிமை: போட்டி விலையில் பல்வேறு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் இருந்து தேர்வு செய்யும் உரிமை நுகர்வோருக்கு உள்ளது. அவர்கள்

தங்கள் விருப்பங்களைக் கட்டுப்படுத்தும் நியாயமற்ற அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வர்த்தக நடைமுறைகளுக்கு உட்படுத்தப்படக்கூடாது.

கேட்கும் உரிமை: பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய தங்கள் கருத்துகள், கவலைகள் மற்றும் புகார்களை தெரிவிக்க நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. நுகர்வோர் கருத்துக்களைக் கையாள்வதற்கும் சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கும் வணிகங்கள் அணுகக்கூடிய மற்றும் பதிலளிக்கக்கூடிய வழிமுறைகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

நிவர்த்தி செய்வதற்கான உரிமை: நுகர்வோர் குறைபாடுள்ள தயாரிப்புகள் அல்லது ஏமாற்றும் வணிக நடைமுறைகளால் பாதிக்கப்படும்போது இழப்பீடு, பணத்தைத் திரும்பப் பெறுதல் அல்லது பிற தீர்வுகளைப் பெற உரிமை உண்டு.

நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை: நுகர்வோர் தங்கள் கொள்முதல் பற்றி தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க அறிவு மற்றும் திறன்களைப் பெற உரிமை உண்டு. நுகர்வோர் அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய தகவல்களை அணுகுவது இதில் அடங்கும்.

தனியுரிமைக்கான உரிமை: வணிகங்கள் மூலம் தங்கள் தனிப்பட்ட தகவல்களைச் சேகரித்தல், பயன்படுத்துதல் மற்றும் வெளிப்படுத்துதல் ஆகியவற்றைக் கட்டுப்படுத்த நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. அவர்கள் தங்கள் தனியுரிமையைப் பாதுகாக்கவும், அவர்களின் தரவை அங்கீகரிக்கப்படாத பயன்பாட்டிலிருந்து பாதுகாக்கவும் முடியும்.

நிலையான சூழலுக்கான உரிமை: சுத்தமான மற்றும் நிலையான சூழலில் வாழ நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மையை ஆதரிக்கும் தேர்வுகளை அவர்கள் செய்ய முடியும் மற்றும் அவர்களின் சுற்றுச்சூழல் தாக்கத்திற்கு வணிகங்களை பொறுப்பேற்க வேண்டும்.

இந்த உரிமைகள் பல்வேறு நாடுகளில் உள்ள நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளில் அடிக்கடி பொறிக்கப்பட்டுள்ளன. அவை நியாயமான வணிக நடைமுறைகளை மேம்படுத்துவதற்கும், நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கும், நுகர்வோர் மற்றும் வணிகங்களுக்கு இடையே ஒரு சம நிலைப்பாட்டை உறுதி செய்வதற்கும் ஒரு கட்டமைப்பாகச் செயல்படுகின்றன.

நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்:

நுகர்வோர் உரிமைகள், தாங்களாகவே, நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் நோக்கத்தை அடைவதில் பயனுள்ளதாக இருக்க முடியாது. நுகர்வோர் தங்கள் பொறுப்புகளை புரிந்து கொள்ளும்போது மட்டுமே நுகர்வோர் பாதுகாப்பை அடைய முடியும். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்கும் போது, பயன்படுத்தும் போது மற்றும் உட்கொள்ளும் போது நுகர்வோர் தங்கள் பொறுப்புகளை மனதில் கொள்ள வேண்டும். உரிமைகளும் பொறுப்புகளும் ஒரே நாணயத்தின் இரு பக்கங்கள். நுகர்வோர் சில உரிமைகளை அனுபவிப்பது போல், அவர்களுக்கும் சில பொறுப்புகள் உள்ளன.

நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன;

1. விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளின்படி நுகர்வோர் பொருட்களின் விலையை செலுத்த வேண்டும்.
2. பொருட்களை வழங்குவதற்கு விற்பனையாளரிடம் விண்ணப்பிக்க வேண்டிய பொறுப்பு நுகர்வோருக்கு உள்ளது. அவர் / அவள் பொருட்களை சரியான நேரத்தில் டெலிவரி செய்ய வேண்டும்.
3. நுகர்வோர் ஒப்பந்த விதிமுறைகளின்படி பொருட்களை டெலிவரி செய்வதில் தாமதம் செய்யும் போது விற்பனையாளருக்கு ஏற்படக்கூடிய இழப்பை நுகர்வோர்

ஏற்க வேண்டும்.

4. பணம் செலுத்துவதில் தாமதம் ஏற்பட்டால், விற்பனையாளருக்கு ஏற்படும் வட்டி மற்றும் சிறப்பு சேதங்களை நுகர்வோர் செலுத்த வேண்டும்.

5. தயாரிப்புகளைப் பயன்படுத்தும் போது நுகர்வோர் அறிவுறுத்தல்கள் மற்றும் முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகளை கவனமாகப் பின்பற்ற வேண்டும் மற்றும் கவனமாகக் கவனிக்க வேண்டும்.

6. நுகர்வோர் தனது தேவைகள் மற்றும் தயாரிப்பு எதிர்பார்ப்புகளை விற்பனையாளரிடம் சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி வெளிப்படுத்தும் பொறுப்பு உள்ளது.

7. நுகர்வோர் பொருளை வாங்கும் முன் அதன் தரம், அளவு, விலை போன்றவற்றைப் பற்றிய முழுமையான தகவல்களைச் சேகரிக்க வேண்டும்.

8. விற்பனையாளரிடமிருந்து வாங்கப்பட்ட பொருட்களின் ஆதாரமாக நுகர்வோர் பண ரசீது பெற வேண்டும். இது ஏதேனும் உத்தரவாதத்தைக் கொண்டிருந்தால், வாங்குபவர் வாங்கிய தேதி மற்றும் உத்தரவாதக் காலத்தைக் குறிப்பிடும் உத்தரவாத அட்டையைப் பெற வேண்டும். இது விற்பனையாளர் அமைப்பின் கையொப்பம் மற்றும் முத்திரையையும் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

9. நுகர்வோர் தங்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளில் கவனிக்கப்படும் குறைபாடுகள் அல்லது குறைபாடுகள் குறித்து சம்பந்தப்பட்ட விற்பனையாளரிடம் புகார் அளிக்க வேண்டும்.

10. பொருட்களின் தரத்தில் நுகர்வோர் ஒருபோதும் சமரசம் செய்து கொள்ளக் கூடாது. லேபிளில் உள்ள ஐஎஸ்ஐ, அக்மார்க், எஃப்பிஓ, நிலையான தர சான்றிதழ் மதிப்பெண்கள் மற்றும் பலவற்றை நுகர்வோர் கண்டிப்பாக பார்க்க வேண்டும்.

11. விளம்பரங்கள் மூலம் பொருட்களின் தரத்தை மிகைப்படுத்தி நுகர்வோரை கொண்டு செல்லக்கூடாது. விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட அம்சங்களுக்கும் தயாரிப்பில்

காணப்பட்ட உண்மையான அம்சங்களுக்கும் இடையில் ஏதேனும் முரண்பாடு இருந்தால், அதை விற்பனையாளர் அல்லது விளம்பரதாரரின் கவனத்திற்குக் கொண்டு வர வேண்டும்.

12. நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு, தகவல் அறியும் உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை, பிரதிநிதித்துவம் செய்யும் உரிமை மற்றும் பரிகாரம் தேடும் உரிமை மற்றும் தகவல்களைத் தேடும் உரிமை ஆகியவற்றுக்கான ஒவ்வொரு உரிமையும் உள்ளது. இந்த உரிமைகளில் ஏதேனும் மீறப்பட்டால், நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் கீழ், நுகர்வோர் தகுந்த சட்ட இயந்திரத்தில் புகார் அளிக்க வேண்டும்.

ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில், நெறிமுறை மற்றும் பொறுப்பான நுகர்வை உறுதிப்படுத்த உங்களுக்கு பல பொறுப்புகள் உள்ளன. நுகர்வோரின் சில முக்கிய பொறுப்புகள் இங்கே:

ஆராய்ச்சி மற்றும் தகவலறிந்த முடிவெடுத்தல்: நீங்கள் வாங்க உத்தேசித்துள்ள தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளைப் பற்றிய தகவல்களை ஆராய்ந்து சேகரிப்பது முக்கியம். தயாரிப்பின் அம்சங்கள், தரம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தாக்கம் ஆகியவற்றைப் புரிந்துகொள்வது இதில் அடங்கும்.

தகவலறிந்த முடிவெடுப்பது உங்கள் மதிப்புகளுடன் ஒத்துப்போகும் மற்றும் பொறுப்பான நுகர்வுகளை ஊக்குவிக்கும் தேர்வுகளைச் செய்ய உதவுகிறது.

தயாரிப்பு பாதுகாப்பு விழிப்புணர்வு: நுகர்வோர் தங்கள் பாதுகாப்பு மற்றும் மற்றவர்களின் பாதுகாப்பிற்கு முன்னுரிமை அளிக்க வேண்டிய பொறுப்பு உள்ளது. தயாரிப்பு திரும்பப் பெறுதல், பாதுகாப்பு எச்சரிக்கைகள் மற்றும் சில தயாரிப்புகளுடன் தொடர்புடைய சாத்தியமான அபாயங்கள் குறித்து தொடர்ந்து அறிந்திருங்கள். பரிந்துரைக்கப்பட்ட பயன்பாட்டு வழிகாட்டுதல்களைப் பின்பற்றி, உங்களையும்

உங்களைச் சுற்றியுள்ளவர்களையும் பாதுகாக்க தேவையான முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகளை எடுக்கவும்.

நிலையான நுகர்வு: உங்கள் நுகர்வு தேர்வுகளின் சுற்றுச்சூழல் தாக்கத்தை கருத்தில் கொள்ளுங்கள். சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த, ஆற்றல் திறன் கொண்ட மற்றும் சுற்றுச்சூழலில் குறைந்தபட்ச எதிர்மறை விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைத் தேர்ந்தெடுக்கவும். ஆர்கானிக், நியாயமான வர்த்தகம் அல்லது நிலையான லேபிள்கள் போன்ற சான்றிதழ்களை உங்கள் வாங்குதல் முடிவுகளுக்கு வழிகாட்டவும்.

நெறிமுறைக் கருத்தில்: நியாயமான வர்த்தகம், பொறுப்பான ஆதாரம் மற்றும் தொழிலாளர் உரிமைகள் போன்ற நெறிமுறை வணிக நடைமுறைகளை நிரூபிக்கும் நிறுவனங்களை நுகர்வோர் ஆதரிக்க வேண்டும். குழந்தைத் தொழிலாளர், சுரண்டல் அல்லது சுற்றுச்சூழல் சீரழிவு போன்ற நெறிமுறையற்ற நடைமுறைகளில் ஈடுபடும் வணிகங்களுக்கு ஆதரவளிப்பதைத் தவிர்க்கவும். உங்கள் வாங்குதல்களின் சமூக மற்றும் நெறிமுறை தாக்கங்களைக் கவனியுங்கள்.

கழிவுகளைக் குறைத்தல் மற்றும் மறுசுழற்சி செய்தல்: நீடித்த, நீடித்த பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலமும், அதிகப்படியான பேக்கேஜிங்கைத் தவிர்ப்பதன் மூலமும் கழிவு உற்பத்தியைக் குறைக்கவும். முடிந்தவரை பொருட்களை மறுசுழற்சி செய்தல், மறுபயன்பாடு செய்தல் மற்றும் மறுபயன்பாடு செய்வதன் மூலம் முறையான கழிவு மேலாண்மையைப் பயிற்சி செய்யுங்கள். ஒருமுறை பயன்படுத்தும் பொருட்களை நம்புவதை குறைத்து மீண்டும் பயன்படுத்தக்கூடிய மாற்றுகளை தேர்வு செய்யவும்.

நுகர்வோர் வக்கீல்: ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில் உங்கள் உரிமைகளுக்காக எழுந்து நிற்கவும்.

தவறான அல்லது பாதுகாப்பற்ற தயாரிப்புகளை உரிய அதிகாரிகள் அல்லது நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நிறுவனங்களுக்குப் புகாரளிக்கவும்

பிற நுகர்வோர் தகவலறிந்த தேர்வுகளைச் செய்ய உதவ, தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய உங்கள் அனுபவங்களையும் கருத்துக்களையும் பகிர்ந்து கொள்ளுங்கள். நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பாதுகாப்பை ஊக்குவிக்கும் நிறுவனங்கள் மற்றும் முன்முயற்சிகளை ஆதரிக்கவும்.

நிதிப் பொறுப்பு: வரவு செலவுத் திட்டம் மற்றும் அதிகப்படியான கடனைத் தவிர்ப்பதன் மூலம் உங்கள் நிதிகளை பொறுப்புடன் நிர்வகிக்கவும். உங்கள் தேவைகள் மற்றும் நிதி திறன்களின் அடிப்படையில் உங்கள் கொள்முதல் பற்றிய தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுங்கள். தவறான அல்லது தேவையற்ற கொள்முதல்களுக்கு வழிவகுக்கும் தவறான விளம்பரங்கள் மற்றும் விற்பனை உத்திகள் குறித்து எச்சரிக்கையாக இருங்கள்.

டிஜிட்டல் பொறுப்பு: ஆன்லைன் ஷாப்பிங் மற்றும் டிஜிட்டல் பரிவர்த்தனைகளின் யுகத்தில், உங்களின் தனிப்பட்ட மற்றும் நிதித் தகவல்களைப் பாதுகாக்கவும். பாதுகாப்பான இணையதளங்கள் மற்றும் கட்டண முறைகளைப் பயன்படுத்துங்கள், மேலும் மோசடிகள் மற்றும் மோசடி நடவடிக்கைகளில் எச்சரிக்கையாக இருங்கள். உங்கள் ஆன்லைன் இருப்பைப் புரிந்துகொண்டு நிர்வகிப்பதன் மூலம் உங்கள் தனியுரிமை மற்றும் தரவைப் பாதுகாக்கவும்.

ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில், உங்கள் தேர்வுகள் மற்றும் செயல்கள் சந்தை மற்றும் உங்களைச் சுற்றியுள்ள உலகில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன

என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். இந்தப் பொறுப்புகளை ஏற்றுக்கொள்வதன் மூலம், நீங்கள் மிகவும் நிலையான, நெறிமுறை மற்றும் நியாயமான பொருளாதாரத்திற்கு பங்களிக்க முடியும்.

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள்

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் என்பது வணிகத்தைப் பெறுவதற்கு பல்வேறு ஏமாற்று, மோசடி அல்லது நெறிமுறையற்ற முறைகளைப் பயன்படுத்துவதைக் குறிக்கிறது. நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகள் அடங்கும்தவறான சித்தரிப்பு, ஒரு பொருள் அல்லது சேவையின் தவறான விளம்பரம் அல்லது பிரதிநிதித்துவம், கட்டப்பட்டது விற்பனை, தவறான இலவச பரிசு அல்லது பரிசு சலுகைகள், ஏமாற்றும் விலை நிர்ணயம் மற்றும் உற்பத்தித் தரங்களுக்கு இணங்காதது. இத்தகைய செயல்கள் சட்டத்தின் மூலம் சட்டத்திற்கு புறம்பாக கருதப்படுகின்றன நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம், இழப்பீடு அல்லது தண்டனைக்குரிய சேதங்கள் மூலம் நுகர்வோருக்குத் திறக்கிறது. ஒரு நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை சில நேரங்களில் "ஏமாற்றும் வர்த்தக நடைமுறைகள்" அல்லது "நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகள்" என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் பொதுவாக நுகர்வோர் மூலம் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல், குத்தகைதாரர்கள், காப்பீட்டு கோரிக்கைகள் மற்றும் தீர்வுகள் மற்றும் கடன் வசூல் ஆகியவற்றில் காணப்படுகின்றன. பெரும்பாலான மாநிலங்களின் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் சட்டங்கள் முதலில் 1960 கள் மற்றும் 1970 களுக்கு இடையில் இயற்றப்பட்டன. அப்போதிருந்து, பல மாநிலங்கள் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுக்க இந்த சட்டங்களை ஏற்றுக்கொண்டன. பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தங்கள் மாநிலத்தில் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைச் சட்டத்தை ஆய்வு

செய்ய வேண்டும், அவர்கள் நடவடிக்கைக்கான காரணம் உள்ளதா என்பதைத் தீர்மானிக்க வேண்டும்,

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் என்பது நிறுவனங்கள் அல்லது தனிநபர்கள் தங்கள் போட்டியாளர்களை விட நியாயமற்ற நன்மையைப் பெற அல்லது நுகர்வோரை சுரண்டுவதற்காகப் பயன்படுத்தும் ஏமாற்றும், மோசடியான அல்லது நெறிமுறையற்ற வணிக நடைமுறைகளைக் குறிக்கிறது. இந்த நடைமுறைகள் போட்டி சந்தை, நுகர்வோர் மற்றும் ஒட்டுமொத்த பொருளாதாரத்திற்கும் தீங்கு விளைவிக்கும். நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே:

தவறான விளம்பரம்: ஒரு தயாரிப்பின் தரம், அம்சங்கள் அல்லது விளம்பரங்களில் உள்ள நன்மைகள் பற்றி தவறான அல்லது தவறான கூற்றுகளை உருவாக்குவது நுகர்வோரை ஏமாற்றி, நிறுவனத்திற்கு நியாயமற்ற நன்மையை அளிக்கும்.

விலை நிர்ணயம்: போட்டியாளர்கள் செயற்கையாக அதிக விலைகளை நிர்ணயம் செய்யும் போது, போட்டியைக் கட்டுப்படுத்தி, தடையற்ற சந்தைப் போட்டியின் நன்மைகளை நீக்கி நுகர்வோருக்கு தீங்கு விளைவிப்பார்கள்.

கொள்ளையடிக்கும் விலை: போட்டியாளர்களை வணிகத்திலிருந்து வெளியேற்றுவதற்கும் ஏகபோக நிலையைப் பெறுவதற்கும் தற்காலிகமாக விலைக்குக் கீழே விலைகளை நிர்ணயிப்பது கொள்ளையடிக்கும் விலையாகக் கருதப்படுகிறது. இது நீண்ட காலத்திற்கு போட்டிக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் மற்றும் நுகர்வோருக்கு அதிக விலையை விளைவிக்கும்.

அறிவுசார் சொத்து மீறல்: வர்த்தக முத்திரைகள், பதிப்புரிமைகள் அல்லது காப்புரிமைகள் போன்ற அறிவுசார் சொத்துக்களின் அங்கீகரிக்கப்படாத பயன்பாடு அல்லது பின்பற்றுதல், அசல் படைப்பாளிகள் அல்லது உரிமையாளர்களின் உரிமைகள் மற்றும் போட்டித்தன்மையைக் குறைமதிப்பிற்கு உட்படுத்தும்.

திணிப்பு: வெளிநாட்டு சந்தைகளில் பொருட்களை அவற்றின் இயல்பான மதிப்பு அல்லது உற்பத்திச் செலவுக்குக் குறைவான விலையில் விற்பது நியாயமற்ற போட்டியை உருவாக்குவதன் மூலம் உள்நாட்டு தொழில்களுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

லஞ்சம் மற்றும் ஊழல்: வணிக பரிவர்த்தனைகளில் நியாயமற்ற நன்மைகளைப் பெற லஞ்சம் வழங்குவது அல்லது ஏற்றுக்கொள்வது நியாயமான போட்டி மற்றும் சந்தையின் ஒருமைப்பாட்டைக் குறைமதிப்பிற்கு உட்படுத்துகிறது.

நியாயமற்ற ஒப்பந்த விதிமுறைகள்: நியாயமற்ற விதிமுறைகள் அல்லது நிபந்தனைகளை ஒப்பந்தங்களில் விதிப்பது, ஒரு தரப்பினருக்கு மற்ற தரப்பினருக்கு விகிதாசாரமாக சாதகமாக இருக்கும், குறிப்பாக ஒரு தரப்பினருக்கு அதிக பேரம் பேசும் சக்தி இருக்கும்போது, நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையாகக் கருதப்படலாம்.

ஏமாற்றும் விலை நிர்ணயம்: தவறான தள்ளுபடிகள், மறைக்கப்பட்ட கட்டணங்கள் அல்லது தவறான விலை நிர்ணய உத்திகள் போன்ற விலை நிர்ணயம் தொடர்பான ஏமாற்றும் நடைமுறைகளில் ஈடுபடுவது நுகர்வோரை தவறாக வழிநடத்தி நியாயமான போட்டிக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

ஏகபோக நடைமுறைகள்: போட்டியாளர்களை விலக்க, நுகர்வோர் தேர்வுகளை மட்டுப்படுத்த, அல்லது போட்டிக்கு எதிரான நடத்தையில் ஈடுபட ஒரு மேலாதிக்க

சந்தை நிலையை துஷ்பிரயோகம் செய்வது நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளை மீறுகிறது.

தயாரிப்பு கள்ளநோட்டு: முறையான பொருட்களைப் பின்பற்றும் கள்ளப் பொருட்களைத் தயாரித்து விற்பது நுகர்வோரை ஏமாற்றலாம், அசல் பிராண்டின் நற்பெயரை சேதப்படுத்தும் மற்றும் சட்டபூர்வமான வணிகங்களுக்கு நிதி இழப்புகளை ஏற்படுத்தும்.

நியாயமான போட்டியைப் பேணுவதற்கும், நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்கும், ஆரோக்கியமான பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுப்பதற்கும் நிவர்த்தி செய்வதற்கும் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைச் செயல்படுத்துவது அரசாங்கங்களும் ஒழுங்குமுறை அமைப்புக்களுக்கும் முக்கியமானது.

எச்சரிக்கை எப்டர்

"Caveat emptor" என்பது ஒரு லத்தீன் சொற்றொடர் ஆகும், இது ஆங்கிலத்தில் "வாங்குபவர் ஜாக்கிரதையாக இருக்கட்டும்" என்று மொழிபெயர்க்கப்பட்டுள்ளது. இது வர்த்தகம் மற்றும் ஒப்பந்தச் சட்டத்தில் உள்ள ஒரு கொள்கையாகும், இது வாங்குபவரின் பொறுப்பை வாங்கும் போது கவனமாகவும் கவனமாகவும் செய்ய வேண்டும்.

வாங்குபவர்கள் பரிவர்த்தனை செய்வதற்கு முன் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையுடன் தொடர்புடைய அபாயங்கள் மற்றும் குறைபாடுகள் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும் என்ற கருத்தை இந்த சொற்றொடர் வலியுறுத்துகிறது. விற்கப்படும் பொருளின் ஒவ்வொரு விவரம் அல்லது குறைபாட்டை வெளியிடுவதற்கு விற்பனையாளர்கள் கடமைப்பட்டிருக்கவில்லை என்பதை இது குறிக்கிறது, மேலும் அதன் தரம், நிலை மற்றும் பொருத்தத்தை மதிப்பிடுவது வாங்குபவரின் பொறுப்பாகும்.

நவீன சட்ட அமைப்புகளில், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள் எச்சரிக்கை எம்ப்ளரின் கொள்கையை சமநிலைப்படுத்த உருவாகியுள்ளன. இந்தச் சட்டங்கள் வாங்குபவர்களுக்கு சில உரிமைகள் மற்றும் விற்பனையாளர்களால் தவறாக வழிநடத்தும் அல்லது ஏமாற்றும் நடைமுறைகளுக்கு எதிராக பாதுகாப்புகளை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. விற்பனையாளர்கள் தொடர்புடைய தகவலை வெளியிட வேண்டும், துல்லியமான தயாரிப்பு விளக்கங்களை வழங்க வேண்டும் மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறிப்பிட்ட தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்வதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

எச்சரிக்கை emptor ஒரு முக்கியமான கருத்தாக இருந்தாலும், நியாயமான மற்றும் வெளிப்படையான பரிவர்த்தனைகளை உறுதி செய்வதற்காக வாங்குபவர்களும் விற்பனையாளர்களும் தங்கள் அதிகார வரம்பில் பொருந்தக்கூடிய சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வதும் பின்பற்றுவதும் அவசியம்.

தொழில்துறை புரட்சிக்கு முன்னர் பெரும்பாலான கொள்முதல் மற்றும் நில விற்பனைகளுக்கு கேவியட் எம்ப்ளர் விதியாக இருந்தது, இருப்பினும் விற்பனையாளர்கள் இன்றைய நாளில் தங்கள் பொருட்களின் நேர்மைக்கு அதிக பொறுப்பை ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள்.

இன்று, அமெரிக்காவில் பெரும்பாலான விற்பனைகள் எச்சரிக்கை விற்பனையாளர் கொள்கையின் கீழ் வருகின்றன, அதாவது "விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதையாக இருக்கட்டும்", இதன் மூலம் பொருட்கள் வணிகத்தன்மையின் மறைமுகமான உத்தரவாதத்தால் மூடப்பட்டிருக்கும். விளம்பரப்படுத்தப்படாவிட்டால் (உதாரணமாக, "உள்ளபடியே விற்கப்பட்டது") அல்லது பேச்சுவார்த்தை நடத்தப்படாவிட்டால்

வாங்குபவருடன், ஏறக்குறைய அனைத்து நுகர்வோர் தயாரிப்புகளும் அவற்றின் நோக்கம் கொண்ட நோக்கத்திற்காகப் பயன்படுத்தப்பட்டால் வேலை செய்ய உத்தரவாதம் அளிக்கப்படும்.

எச்சரிக்கை விற்பனையாளர்

"கேவியட் வென்டிட்டர்" என்பது லத்தீன் சொற்றொடர், இது "விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதையாக இருக்கட்டும்" என்று மொழிபெயர்க்கப்பட்டுள்ளது. இது "எப்டர்" என்பதற்கு எதிரானது, அதாவது "வாங்குபவர் ஜாக்கிரதையாக இருக்கட்டும்." இரண்டு சொற்றொடர்களும் பரிவர்த்தனைகளின் சூழலில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன மற்றும் விற்பனையாளர் அல்லது வாங்குபவருடன் தொடர்புடைய பொறுப்புகள் மற்றும் அபாயங்களை வலியுறுத்துகின்றன.

"எச்சரிக்கை எப்டர்" வாங்குபவரின் மீது தகுந்த விடாமுயற்சியின் சுமையை வைக்கும் போது, அவர்கள் தகவலறிந்த கொள்முதல் செய்கிறார்களா என்பதை உறுதிசெய்து, தயாரிப்பு அல்லது சேவையில் ஏதேனும் குறைபாடுகள் அல்லது சிக்கல்கள் இருந்தால், "எச்சரிக்கை விற்பனையாளர்" விற்பனையாளரின் பொறுப்பை வெளிப்படுத்துகிறது. தகவல் மற்றும் தயாரிப்பு அல்லது சேவை வாங்குபவரின் எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்கிறது.

சாராம்சத்தில், வணிகத்தை நடத்தும் போது நெறிமுறை மற்றும் நேர்மையாக செயல்பட விற்பனையாளர்கள் கடமைப்பட்டுள்ளனர் என்று "எச்சரிக்கை விற்பனையாளர்" அறிவுறுத்துகிறது. அவர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை தவறாகப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தக்கூடாது மற்றும் சாத்தியமான வாங்குபவர்களுக்கு துல்லியமான மற்றும் முழுமையான தகவலை வழங்க வேண்டும். ஒரு விற்பனையாளர் அவ்வாறு செய்யத் தவறினால், வாங்குபவரால்

ஏற்படும் ஏதேனும் சேதங்கள் அல்லது இழப்புகளுக்கு அவர் பொறுப்பாகலாம்.

நியாயமான மற்றும் வெளிப்படையான பரிவர்த்தனைகளை உறுதிசெய்யவும், மோசடி அல்லது ஏமாற்றும் நடைமுறைகளிலிருந்து வாங்குபவர்களைப் பாதுகாக்கவும், நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளில் "எச்சரிக்கை விற்பனையாளர்" கொள்கை அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படுகிறது. வணிக பரிவர்த்தனைகளில் நம்பிக்கை மற்றும் ஒருமைப்பாட்டின் முக்கியத்துவத்தை இது அடிக்கோடிட்டுக் காட்டுகிறது மற்றும் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் சிறந்த நலன்களை பொறுப்புடன் செயல்பட ஊக்குவிக்கிறது.

பொது நல வழக்குகள் மூலம் நுகர்வோர் உரிமைகளை அமல்படுத்துதல்

பொது நல வழக்குகள் (பிஐஎல்) இந்தியாவில் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் நீதியின் நீதித்துறையை தீவிரமாக மாற்றியது. வாழ்வதற்கான உரிமை மற்றும் மனித உரிமை அணுகுமுறைகளின் கீழ் நுகர்வுவாதத்தை வடிவமைப்பதில் நீதித்துறை நுணுக்கமாக ஈடுபட்டுள்ளது. 1950 ஆம் ஆண்டு இந்திய அரசியலமைப்பின் 32 மற்றும் 226 வது பிரிவின் கீழ் PIL மற்றும் லோகஸ் ஸ்டாண்டி கோட்பாட்டின் தளர்வு ஆகியவை மனித கண்ணியத்துடன் வாழும் உரிமை மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரமான நுகர்வு ஆகியவற்றில் சாமானிய மக்களுக்கு அதிகாரம் அளித்தன. பிஐஎல் என்ற கருத்து இரக்கமின்றி அதன் சொந்த உள் தர்க்கத்தால் தூண்டப்பட்டு, அனைத்து ஆட்சேபனைகளையும் தடைகளையும் ஒதுக்கி வைத்துவிட்டு, காலப்போக்கில் அதன் சொந்த நடவடிக்கையை இயக்கும் வரை சென்றுள்ளது. இவ்வாறு, பொது நலன் சட்டம், ஒதுக்கப்பட்ட, சுற்றுச்சூழல் ஆர்வலர், நுகர்வோர் ஆகியோரின் நலன்களை அங்கீகரிப்பதன் மூலம் பிரதிநிதித்துவமற்ற குழுக்களுக்கு சட்டப்பூர்வ பிரதிநிதித்துவத்தை வழங்குகிறது. மற்றும் நீதியின் அளவை சமநிலைப்படுத்துவதன் மூலம் சிறுபான்மையினர். சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு,

நுகர்வோர் நீதி மற்றும் நிலையான மேம்பாடு, நிலம் மற்றும் எரிசக்தி பயன்பாடு, வரி சீர்திருத்தம் தொழில் பாதுகாப்பு, சுகாதாரம், ஊடக அணுகல், பெருநிறுவன பொறுப்பு, கல்வி சீர்திருத்தம், வேலைவாய்ப்பு ஆகியவை அடங்கும். நன்மைகள், தொழிலாளர் சட்டங்களை அமல்படுத்துதல் மற்றும் பாலின நீதி.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986, வணிகர் சமூகத்தின் இந்தப் போக்குகளை சரிபார்ப்பதற்கும், நாட்டின் பொது நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கும் சட்டமியற்றும் பிரதிபலிப்பாகும்.

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் உள்ள குறைபாட்டை சரிசெய்வதற்காக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு துறையில் சட்டம் இயற்றப்பட்டது 'மேக்னா கார்ட்டா' என்று கருதப்படுகிறது.

1) சக்தி வாய்ந்த வணிகர்களுக்கு எதிராக நுகர்வோரின் உதவியற்ற தன்மையை அகற்ற இந்தச் சட்டம் முயற்சிக்கிறது; மோசடி செய்பவர்களின் வலையமைப்பு என்று விவரிக்கப்பட்டது.

2) ஆனால், இந்தச் சட்டத்தின் செயல்பாடு, அதற்குப் பல பலவீனங்கள் இருப்பதையும், மாறிவிட்ட தொழில்நுட்பக் கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் மனிதப் படைப்பாற்றலால் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றத்தின் வெளிச்சத்தில் மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டும் என்பதையும் காட்டுகிறது. தற்போதைய சட்டத்தின் கீழ், வணிகர்களால் தவறாக சித்தரிக்கும் பல செயல்கள் புகாரளிக்கப்படாமல் போய்விடுகின்றன, எனவே அதிகாரிகளின் கவனத்திற்கு கொண்டு வருவதற்கான செலவுகள் சிக்கனமாக இல்லாததால், வணிகர்கள் பொறுப்பற்றவர்களாக ஆக்குகிறார்கள். இதற்குக் காரணம், சிறிய அளவில் இருந்து பார்க்கும்போது, ஒரு நுகர்வோர் தனது தயாரிப்புகளுக்குப் பொய்யாகக் கூடுதல் தொகையை வசூலித்தால், ஒரு நுகர்வோர் மிகச் சிறிய அல்லது மிகக் குறைவான கூடுதல் பணத்தைச் செலுத்தும்படிச் செய்யப்படலாம். ஆனால் பெரிய அளவில் இருந்து பார்த்தால், ஏழை

நுகர்வோரிடம் இருந்து மிகக் குறைந்த அளவு கூடுதல் பணத்தை வசூலிப்பதன் மூலம் வர்த்தகர் ஒவ்வொரு நாளும் கோடிகளில் லாபம் ஈட்டுகிறார். இந்த பணம் அனைத்தும் நியாயமற்ற வழிகளில் செல்வதன் மூலம் அவரது கிட்டே செல்கிறது மற்றும் அவரையும் அவரைப் போன்ற மற்ற வணிகர்களையும் மீண்டும் மீண்டும் அந்த வழிகளை நாட ஊக்குவிக்கிறது. இத்தகைய நடைமுறைகள் சட்டத்தால் 'நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை' என அறிவிக்கப்பட்டுள்ளன.

3) ஆனால் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை நோக்கி மேலும் மேலும் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கும் நோக்கத்திற்காக புதிய மற்றும் புதுமையான நுட்பங்களை நாடுகிறார்கள். ஒவ்வொரு நாளும் புதிய ஏமாற்று வழிகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்டு பயன்படுத்தப்படுகின்றன. நவீன தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகள், குறிப்பாக தொலைக்காட்சி இந்த ஏமாற்றும் கூற்றுகளை வழங்குவதை மிகவும் கவர்ச்சிகரமானதாக ஆக்குகிறது. அதன் பொய்யைப் பற்றி சிந்திக்க முடியாது. வாங்குபவர் ஒரு படிப்பறிவற்ற மனிதராக இருக்கும்போது ஏமாற்றும் பொருட்களை வேறுபடுத்திப் பார்க்க முடியாது.

நன்கு படித்த ஆண்கள் கூட, குறிப்பிட்ட சீருடை அணிந்து நிபுணர்களாகக் காட்டப்படும் நடிகர்கள் மற்றும் மாடல்களால் சில சமயங்களில் விளக்கக்காட்சியின் முறையில் ஏமாற்றப்படுகிறார்கள். மிகச்சிறந்த நிபந்தனைகள் பொதுவாக அச்ச மற்றும் மின்னணு ஊடகங்களில் சிறிய எழுத்துருக்களில் எழுதப்படுகின்றன, அந்த வரிகளைப் படிக்க உருப்பெருக்கி தேவைப்படுகிறது.

சட்டரீதியாக, எந்தவொரு நபரும், சட்டப்படியானவராக இருந்தாலும் அல்லது இயற்கையாகப் பிறந்தவராக இருந்தாலும், தனிப்பட்ட நலன்களுக்காக வேறு எந்த நபருக்கும் வரி விதிக்க அதிகாரம் இல்லை. தனி நபருக்கு வரி விதிக்கும் அதிகாரம் அரசுக்கு மட்டுமே உள்ளது. வரி விதிக்கும் அதிகாரம் இறையாண்மையின்

இன்றியமையாத பண்பு. சக்தி என்பது அரசியலமைப்பின் பல்வேறு விதிகளின் கீழ் மத்தியிலும் மாநிலங்களிலும் உள்ள சட்டமன்ற அமைப்புகளுடன் ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது.

4 ஒரு ஜனநாயக அமைப்பில், வரி விதிப்பது என்பது சட்டமன்றத்தின் செயல்பாடு மட்டுமே.

5 'அத்தியாவசியமான சட்டமன்ற செயல்பாடுகளை செயல்படுத்தும் சட்டமன்றத்திற்கு உட்பட்டு மட்டுமே வரி செலுத்துவதற்கான அதிகாரத்தை வழங்க முடியும்'

6 இல்லையெனில், அதைக் கூட வழங்க முடியாது. எனவே, சட்டத்தின் எந்த ஆதரவும் இல்லாமல், எந்தவொரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்காகவும், எவ்வளவு உன்னதமான காரணமாக இருந்தாலும், ஒரு நிறுவனம் ஒரு நுகர்வோரை கட்டாயப் பங்களிப்பு செய்ய கட்டாயப்படுத்த முடியாது. மேலும் எவரேனும் தர்மம் செய்ய வேண்டும் என்றால், அவர் தனது பாக்கெட்டில் இருந்து செய்யட்டும். எந்தவொரு சட்ட அடிப்படையும் இல்லாத நிலையில், இந்த நடைமுறை நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையாக இருக்க வேண்டும்.

பிரிவு 2(r) ஒரு நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையை பின்வருமாறு வரையறுக்கிறது:

'நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை' என்பது, எந்தவொரு பொருட்களின் விற்பனை, பயன்பாடு அல்லது விநியோகத்தை ஊக்குவிக்கும் நோக்கத்திற்காக அல்லது எந்தவொரு சேவையையும் வழங்குவதற்காக, எந்தவொரு நியாயமற்ற முறை அல்லது நியாயமற்ற அல்லது ஏமாற்றும் நடைமுறையையும் கடைப்பிடிக்கும் ஒரு வர்த்தக நடைமுறையாகும்.

வரையறையானது சில நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளை பட்டியலிடுவதற்கு முன்னதாகவே உள்ளது ஆனால் வரையறை முழுமையானதாக இல்லை. பட்டியலிடப்பட்ட நடைமுறைகள் விளக்கப்படங்களின் வகையாக

மாறிவிட்டன மற்றும் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையின் கருத்து ஒரு பொதுவான கருத்தாகும்.

கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் நோக்கத்திற்காகவும் ஆணையின் கீழும் இந்த நிறுவனங்கள் கேள்விக்குரிய செயலைச் செய்கின்றன என்று வாதிடலாம். ஆனால்

அதன் கீழ் சில மூலதனத்தைச் செலவழிக்கும் கடமையை ஒரு நிறுவனம் நிறைவேற்ற வேண்டும் என்பதுதான் உண்மை கார்ப்பரேட் சமூகப் பொறுப்பின் திட்டம் அதன் சொந்த லாபத்திலிருந்து. இந்த நோக்கத்திற்காக கட்டாயக் கட்டணம் அல்லது வரியைச் செலுத்துமாறு ஒரு வழி அல்லது அதன் வாடிக்கையாளர்களை அது கட்டாயப்படுத்த முடியாது.

லோக்சபாவால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட புதிய நிறுவனங்கள் மசோதா 2012 இன் 135(5) பிரிவு கூறுகிறது: 'ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் வாரியமும்... ஒவ்வொரு நிதியாண்டிலும், சராசரியாக இரண்டு சதவீதத்தையாவது நிறுவனம் செலவிடுவதை உறுதி செய்ய வேண்டும். அதன் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்புக் கொள்கையின்படி, உடனடியாக முந்தைய மூன்று நிதியாண்டுகளில் நிறுவனத்தின் நிகர லாபம்.

எவ்வாறாயினும், இந்த நடைமுறை நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையாக அறிவிக்கப்பட்டாலும், அத்தகைய வர்த்தகர்களுக்கு எதிராக அமலாக்கம் மற்றும் பயனுள்ள தண்டனையின் சிக்கல் இன்னும் உள்ளது. பொதுவாக, சிறிய அளவில் இருந்து பார்க்கும் போது, இதில் உள்ள தொகைகள் மிகக் குறைவாக இருப்பதால், நுகர்வோர் மன்றங்களை அணுகுவது ஒரு நுகர்வோருக்கு பொருளாதாரமற்றதாக ஆக்குவதால் பிரச்சனை ஏற்படுகிறது.

சிக்கலைச் சமாளிப்பதற்கான வழிகளில் ஒன்று பொது நல வழக்குகளை வழங்குவதாகும். தனிநபர்களின் உரிமைகளை பெருமளவில் பாதிக்கும் எந்தவொரு

விற்பனையாளரின் சார்பாகவும் தவறான விளையாட்டை உணர்ந்த எந்தவொரு பொது ஆர்வமுள்ள நபரும் அதை நீதிமன்றத்தின் கவனத்திற்கு கொண்டு வரலாம். இருப்பினும், நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986-ன் கீழ் ஒரு பொது நல வழக்கைத் தாக்கல் செய்வதற்கான நோக்கம் மிகவும் குறுகியது.

நுகர்வோர் மன்றங்களில் பொது நல வழக்குகளை தாக்கல் செய்வது என்பது உயர் நீதிமன்றங்கள் மற்றும் உச்ச நீதிமன்றங்களில் பொதுநல வழக்குகளைப் போலவே இருந்தாலும், அதுவே பொது நீதியின் முன்னேற்றம் ஆகும், ஆனால் சட்டத்தின் கீழ் அதன் நோக்கம் வரம்புக்குட்பட்டது. நாடகம்.

சட்டத்தின் கீழ், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளுக்காக விற்பனையாளருக்கு எதிரான புகாரை, சட்டத்தின் பிரிவு 2(1) (b) இன் கீழ் வரையறுக்கப்பட்ட 'புகார்தாரர்' மூலம் தாக்கல் செய்யலாம்.

நுகர்வோர் வட்டி வழக்கு

(i) ஒரு நுகர்வோர்; அல்லது

(ii) நிறுவனங்கள் சட்டம், 1956 (1 இன் 1956) இன் கீழ் பதிவுசெய்யப்பட்ட எந்தவொரு தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கம் அல்லது தற்போது நடைமுறையில் உள்ள வேறு ஏதேனும் சட்டத்தின் கீழ்; அல்லது.

(iii) மத்திய அரசு அல்லது எந்த மாநில அரசும்

(iv) ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர், ஒரே ஆர்வமுள்ள பல நுகர்வோர்கள் இருக்கும் இடத்தில்;

(v) ஒரு நுகர்வோர் மரணம் அடைந்தால், அவரது சட்டப்பூர்வ வாரிசு அல்லது புகார் அளிக்கும் பிரதிநிதி;

பிரிவு 2(1)(b) இன் உட்பிரிவுகள் (ii), (iii) மற்றும் (iv) ஆகியவற்றின் பார்வையில்,

புகார்தாரரை வரையறுக்கும் வகையில், ஒரு தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கம் அல்லது மாநில அல்லது மத்திய அரசுகள் மூலம் பொது நல வழக்குகளை நிறுவுவதற்கான வாய்ப்பு உள்ளது. ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர் ஒரே ஆர்வத்தைக் கொண்டுள்ளனர். எனவே, சட்டத்தின் கீழ் ஒரு புகாரைப் பதிவு செய்வதற்கு 'நுகர்வோர்' என்ற முழுமையான முன்நிபந்தனையை வரையறை விதிக்கவில்லை.

'நுகர்வோர்' என்பதற்குப் பதிலாக 'புகார்தாரர்' என்ற வார்த்தையைப் பயன்படுத்துவது, நுகர்வோர்களைத் தவிர வேறு சில சட்டப்பூர்வ நிறுவனங்களை புகார் செய்ய அனுமதிக்கும் மற்றும் வர்த்தகர்கள் அல்லது சேவை வழங்குநர்களின் எந்தவொரு செயலையும் பாரபட்சமாக கொண்டு வர அனுமதிக்கும் சட்டத்தை உருவாக்குபவர்களின் நோக்கத்தைக் குறிக்கிறது. பொதுவாக நுகர்வோர் நலன்கள் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் கவனத்திற்கு. இந்த யோசனை நுகர்வோர் நீதியை உண்மையாக்குவது மற்றும் வணிகர்கள் சாதாரண நுகர்வோரை சுரண்டுவதற்கு பயன்படுத்தக்கூடிய அனைத்து ஓட்டைகளையும் மூடுவது.

உட்பிரிவு (IV) இன் கீழ், எந்தவொரு நுகர்வோர் அல்லது எந்த எண்ணிக்கையிலான நுகர்வோர், தயாரிப்பு அல்லது சேவைகளில் ஒரே ஆர்வத்துடன் இருந்தால், வர்த்தகர் மீது வகுப்பு நடவடிக்கை எடுக்கலாம். 'ஒரே ஆர்வம்' என்ற வெளிப்பாடு, வட்டி அனைவருக்கும் பொதுவானதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் வணிகர் மீது அவர்களுக்கு பொதுவான குறை இருக்க வேண்டும்.

எனவே, அத்தகைய வழக்கு பிரதிநிதித்துவ வழக்கின் தன்மையாக இருக்கும். எனவே, தரப்பினர் அதே நடவடிக்கைக்கான காரணத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும் அல்லது அதே பரிவர்த்தனையின் போது அவர்களின் உரிமைகள் மீறப்பட்டிருக்க வேண்டும் என்பது அவசியமில்லை.

எவ்வாறாயினும், இத்தகைய நுகர்வோர் வழக்குகளில் சம்பந்தப்பட்ட

தொகைகள் மிகவும் சொற்பமாக இருக்கும், பொதுவாக ஒரு ரூபாய் அல்லது குறைவாக, தனிப்பட்ட அளவில் பார்க்கும் போது மற்றும் நுகர்வோர் கல்வியறிவற்றவர்களாகவும் ஏழைகளாகவும் இருப்பதால், இந்த ஏற்பாடு மிகவும் பயனுள்ளதாகத் தெரியவில்லை. .

தவறு செய்யும் சேவை வழங்குநருக்கு எதிராக நடவடிக்கை எடுப்பது சிக்கனமாகாது. இது தவறு செய்யும் வர்த்தகர்கள் சட்டத்தின் கோபத்திலிருந்து தப்பிக்க உதவுகிறது மேலும் அவர்களும் அவர்களைப் போன்ற மற்றவர்களும் சட்டத்திற்கு பொறுப்பேற்காமல் இதுபோன்ற செயல்களில் ஈடுபட ஊக்குவிக்கிறது. இச்சூழலில், அனைத்து நுகர்வோர் நலனுக்காக ஒரு பொது ஆர்வமுள்ள நபர் ஒரு நுகர்வோர் நலன் வழக்கை தாக்கல் செய்வதற்கான ஏற்பாடு ஒரு உதவிகரமான கருவியாக இருக்கும்.

மேலும், தற்போதைய சட்டத்தின் விதிகளின் கீழ் பொது நல வழக்குகளை தாக்கல் செய்வதற்கான விருப்பம், பிரிவு 2(1)(c) இன் துணைப்பிரிவுகள் (i), (iv) மற்றும் (vi) ஆகியவற்றின் கீழ் உள்ள வழக்குகளுக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்டதாகத் தோன்றுகிறது. 'புகார்' என்ற சொல்லை வரையறுக்கும் சட்டம்.

சட்டம் 'புகார்' என வரையறுக்கிறது:

புகார் என்பது ஒரு புகார்தாரரால் எழுத்துப்பூர்வமாக செய்யப்படும் எந்தவொரு குற்றச்சாட்டையும் குறிக்கிறது

(i) ஒரு நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை அல்லது ஒரு கட்டுப்பாடான வர்த்தக நடைமுறை எந்தவொரு வர்த்தகரால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது;

(ii) அவர் வாங்கிய அல்லது அவர் வாங்க ஒப்புக்கொண்ட பொருட்கள் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட குறைபாடுகளால் பாதிக்கப்படுகின்றன;

(iii) பணியமர்த்தப்பட்ட அல்லது பெறப்பட்ட அல்லது பணியமர்த்தப்பட்ட அல்லது

அவரால் பெறப்படுவதற்கு ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட சேவைகள் எந்த வகையிலும் குறைபாட்டால் பாதிக்கப்படுகின்றன;

(iv) ஒரு வர்த்தகர் புகாரில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பொருட்களுக்கு தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள அல்லது எந்தவொரு சட்டத்தின் கீழும் நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையை விட அதிகமான விலையை வசூலித்துள்ளார்.

(v) பயன்படுத்தும்போது உயிருக்கும் பாதுகாப்பிற்கும் ஆபத்தை விளைவிக்கும் பொருட்கள், தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள எந்தவொரு சட்டத்தின் விதிகளுக்கும் முரணாக பொதுமக்களுக்கு விற்பனைக்கு வழங்கப்படுகின்றன. அத்தகைய பொருட்கள்.

இந்தச் சட்டத்தின் மூலம் அல்லது அதன் கீழ் வழங்கப்படும்

ஏதேனும் நிவாரணத்தைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்துடன்;

எனவே, இந்த குற்றச்சாட்டுகளுக்கு இடையே உள்ளவை:

(a) ஒரு நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை அல்லது கட்டுப்பாடான வர்த்தக நடைமுறை எந்தவொரு வர்த்தகராலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது.

(b) ஒரு வணிகர் புகாரில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பொருட்களுக்கு தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள சட்டத்தால் அல்லது அதன் கீழ் நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையை விட அதிகமான விலையை வசூலித்துள்ளார் இந்த சட்டத்தின் கீழ்.

(c) பயன்படுத்தும்போது உயிருக்கும் பாதுகாப்பிற்கும் ஆபத்தை விளைவிக்கும்

பொருட்கள், தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள எந்தவொரு சட்டத்தின் விதிகளுக்கும் முரணாக பொதுமக்களுக்கு விற்பனைக்கு வழங்கப்படுகின்றன. அத்தகைய பொருட்கள்.

எவ்வாறாயினும், உட்பிரிவு (iv) இன் கீழ் ஒரு நடவடிக்கைக்கு புகார்தாரர் வாங்குபவராக இருக்க வேண்டுமா அல்லது வாங்குபவரால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட நபராக இருக்க வேண்டுமா என்பது தெளிவாக இல்லை.

துணைப்பிரிவுகள் (ii) மற்றும் (iii) கீழ் உள்ள வழக்குகளுக்கு, 'நுகர்வோர்' என்ற வரையறையின் கீழ் வரும் வரையில், தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு அல்லது மாநிலம் அல்லது மத்திய அரசு புகார் அளிக்க முடியாது. பிரிவு 2(d) இன் கீழ் வரையறுக்கப்பட்டுள்ள நுகர்வோர், பொருட்களை வாங்குபவர் அல்லது சேவையை வாடகைக்கு எடுப்பவர் அல்லது அத்தகைய பொருட்களைப் பயன்படுத்துபவர் அல்லது உண்மையான வாங்குபவரின் அனுமதியுடன் அத்தகைய சேவைகளை அனுபவிப்பவர்.

மேலும், புகாரில் உள்ள குற்றச்சாட்டுகள் இந்த சட்டத்தின் கீழ் நிவாரணம் பெறும் நோக்கில் செய்யப்பட வேண்டும். இதன் கீழ் கிடைக்கும் பரிகாரங்கள் சட்டத்தின் 14வது பிரிவின் கீழ் பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன. பிரிவின் பகுப்பாய்வில், பொது நல வழக்குகளின் போது, நுகர்வோர் மன்றம் வழங்கக்கூடிய நிவாரணங்கள், பிரிவு 14 இன் துணைப்பிரிவுகள் (எஃப்) முதல் (எச்) (சி) வரை உள்ளவைகளுக்கு மட்டுமே வழங்கப்படுகின்றன என்பது தெளிவாகிறது. நாடகம். சட்டத்தின் பிரிவு 14 பின்வருமாறு கூறுகிறது:

பிரிவு 13-ன் கீழ் நடத்தப்பட்ட நடவடிக்கைக்குப் பிறகு, புகார் அளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் புகாரில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஏதேனும் குறைபாடுகளால்

பாதிக்கப்படுவதாக மாவட்ட மன்றம் திருப்தி அடைந்தால் அல்லது சேவைகள் குறித்த புகாரில் உள்ள குற்றச்சாட்டுகள் நிரூபிக்கப்பட்டால், அது பின்வருவனவற்றில் ஒன்று அல்லது பலவற்றை 1[செய்ய] அவரை வழிநடத்தும் எதிர் தரப்பினருக்கு உத்தரவு, -

(a) கேள்விக்குரிய பொருட்களிலிருந்து பொருத்தமான ஆய்வகத்தால் சுட்டிக்காட்டப்பட்ட குறைபாட்டை நீக்குதல்;

b) எந்தவொரு குறைபாடும் இல்லாத அதே விளக்கத்தின் புதிய பொருட்களுடன் பொருட்களை மாற்றுவது;

(c) புகார்தாரரிடம் விலையை திரும்பப் பெறுதல், அல்லது, புகார்தாரர் செலுத்திய கட்டணங்கள்;

(d) எதிர் தரப்பினரின் அலட்சியத்தால் நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது காயத்திற்கு இழப்பீடாக அது வழங்கக்கூடிய தொகையை செலுத்துதல்.

(e) கேள்விக்குரிய சேவைகளில் உள்ள குறைபாடுகள் அல்லது குறைபாடுகளை நீக்குதல்;

(f) நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வர்த்தக நடைமுறையை நிறுத்துதல் அல்லது அவற்றை மீண்டும் செய்யக்கூடாது;

(g) அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனைக்கு வழங்கக்கூடாது;

(h) அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனைக்கு வழங்குவதைத் திரும்பப் பெறுதல்;

(i) கட்சிகளுக்கு போதுமான செலவுகளை வழங்குதல்.

இந்த நிவாரணங்கள் மற்றவற்றுடன் அடங்கும்:

(i) ஒரு வர்த்தகர் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையை அல்லது

கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வர்த்தக நடைமுறையை நிறுத்த வேண்டும் அல்லது அவற்றை மீண்டும் செய்யக்கூடாது என்று ஒரு ஆணை

(ii) அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனைக்கு வழங்கக்கூடாது;

(iii) அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனைக்கு வழங்குவதைத் திரும்பப் பெறுதல்;

(iv) அபாயகரமான பொருட்களின் உற்பத்தியை நிறுத்துதல் மற்றும் இயற்கையில் அபாயகரமான சேவைகளை வழங்குவதை நிறுத்துதல்

v) வசதியாக அடையாளம் காண முடியாத அதிக எண்ணிக்கையிலான நுகர்வோரால் இழப்பு அல்லது காயம் ஏற்பட்டுள்ளதாகக் கருதினால், அத்தகைய தொகையைச் செலுத்துதல் அல்லது அதன் மூலம் தீர்மானிக்கப்படலாம்;

(vi) சரியான விளம்பரங்களை வெளியிட உத்தரவு.

(vii) கட்சிகளுக்கு போதுமான செலவுகளை வழங்குதல்²⁸

சட்டத்தின் 14வது பிரிவின் துணைப்பிரிவு (1)ல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நிவாரணம் மிகவும் முக்கியமானது, இதில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் எந்தவொரு உற்பத்தியாளரும் அல்லது சேவை வழங்குநரும் எந்தத் தொகையையும் செலுத்த வேண்டும் என்று ஆணையிடும் அதிகாரம் உள்ளது. .

ஒரு வர்த்தகர் சட்டவிரோதமாக சில கூடுதல் தொகையை வசூலிக்கும் சந்தர்ப்பங்களில் இந்த ஏற்பாடு குறிப்பாக உதவிகரமாக இருக்கும், சிறிய அளவில் பார்த்தால் இது மிகக் குறைவாக இருந்தாலும், பெரிய அளவில் பார்க்கும்போது பெரிய அளவிலான பணத்தை உள்ளடக்கும். இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில் பாதிக்கப்பட்ட அனைத்து நுகர்வோரையும் அடையாளம் காண்பது பெரும்பாலும்

கடினமாக இருக்கும் என்பதால் இந்த ஏற்பாடு முக்கியமானது.

(a), (b), (c), (d) மற்றும் (c) உட்பிரிவுகளின் நோக்கத்திற்காக, புகார்தாரர் ஒரு நுகர்வோர் அல்லது நுகர்வோரின் ஒப்புதலுடன் பொருட்களைப் பயன்படுத்திய எவரும் இருக்க வேண்டும். ஆனால், இந்த துணைப்பிரிவுகளின் கீழ் நிவாரணம் பெறுவதற்காக, நுகர்வோர் அல்லது நுகர்வோரின் சம்மதத்துடன் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைப் பயன்படுத்தும் நபர் தவிர வேறு யாராலும் பொது நல வழக்குகள் தொடர முடியுமா என்பது தெளிவாகத் தெரியவில்லை.

பொது நல வழக்குகள் (PIL) என்பது ஒரு சட்டப் பொறிமுறையாகும், இது தனிநபர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் பொது நலன் அல்லது பெரிய பொது நலன் சார்பாக வழக்குகளைத் தாக்கல் செய்ய அனுமதிக்கிறது. PIL ஆரம்பத்தில் சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கான வழிமுறையாக வெளிப்பட்டாலும், அது நுகர்வோர் உரிமைகளைச் செயல்படுத்தவும் பயன்படுத்தப்பட்டது.

நுகர்வோர் நலன்கள் பாதுகாக்கப்படுவதையும் வணிகங்கள் தொடர்புடைய சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளுக்கு இணங்குவதையும் உறுதி செய்வதற்கான சக்திவாய்ந்த கருவியாக PIL மூலம் நுகர்வோர் உரிமைகளைச் செயல்படுத்தலாம். நுகர்வோர் உரிமைகளைச் செயல்படுத்துவதற்கு PIL ஐப் பயன்படுத்துவதற்கான சில வழிகள் இங்கே உள்ளன:

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளை சவால் செய்வது: நுகர்வோருக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் நிறுவனங்களின் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், ஏமாற்றும் விளம்பரங்கள் அல்லது மோசடி நடவடிக்கைகளை சவால் செய்ய PIL பயன்படுத்தப்படலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக, தவறான அல்லது தவறாக வழிநடத்தும் விளம்பரங்களில்

ஈடுபடும், பாதுகாப்பற்ற தயாரிப்புகளை ஊக்குவிக்கும் அல்லது நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களை மீறும் நிறுவனத்திற்கு எதிராகப் பரிகாரம் தேட PIL தாக்கல் செய்யப்படலாம்.

தயாரிப்பு பாதுகாப்பு மற்றும் பொறுப்பு: பாதுகாப்பற்ற பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு அல்லது விற்பனை செய்வதற்கு உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது விற்பனையாளர்களை பொறுப்பாக்க PIL பயன்படுத்தப்படலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு நுகர்வோர் ஆரோக்கியம் அல்லது பாதுகாப்பிற்கு ஆபத்தை ஏற்படுத்தினால், தயாரிப்பு திரும்பப் பெறுதல், பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு இழப்பீடு மற்றும் உற்பத்தி அல்லது விநியோக நடைமுறைகளில் மாற்றங்கள் ஆகியவற்றைப் பெற PIL தொடங்கப்படலாம்.

விலை நிர்ணயம் மற்றும் போட்டிக்கு எதிரான நடத்தை: விலை நிர்ணயம் மற்றும் போட்டிக்கு எதிரான நடத்தை தொடர்பான சிக்கல்களைத் தீர்க்க PIL பயன்படுத்தப்படலாம். உதாரணமாக, விலை நிர்ணயம் அல்லது கார்டெல் போன்ற நடத்தைக்கான சான்றுகள் வணிகங்களிடையே அதிக விலை அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட போட்டிக்கு வழிவகுக்கும் எனில், அத்தகைய நடைமுறைகளை சவால் செய்ய மற்றும் நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாக்க PIL பயன்படுத்தப்படலாம்.

அத்தியாவசிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான அணுகல்: சுகாதாரம், கல்வி அல்லது பயன்பாடுகள் போன்ற அத்தியாவசிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை மலிவு விலையில் அணுகுவதை உறுதி செய்ய PIL தாக்கல் செய்யலாம்.

விலை மற்றும் பாரபட்சமான நடைமுறைகள் இல்லாமல். இது உதவுகிறது பாதுகாக்க பாதிக்கப்படக்கூடிய நுகர்வோர் மற்றும் அனைவருக்கும் சமமான அணுகலை உறுதி செய்கிறது.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் கல்வி: நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் கல்வி முன்முயற்சிகளுக்கு வாதிடவும் PIL பயன்படுத்தப்படலாம். PIL ஐ தாக்கல் செய்வதன் மூலம், நிறுவனங்கள் அல்லது தனிநபர்கள் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களை மேற்கொள்ளவும், தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் பற்றிய துல்லியமான தகவலை வழங்கவும், மற்றும் நுகர்வோருக்கு அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் தீர்வுகள் பற்றி கல்வி கற்பிக்கவும் அரசு அல்லது வணிகங்களுக்கு நீதிமன்ற வழிமுறைகளை நாடலாம்.

PIL தொடர்பான குறிப்பிட்ட சட்டங்களும் நடைமுறைகளும் வெவ்வேறு நாடுகளிலும் சட்ட அதிகார வரம்புகளிலும் வேறுபடுகின்றன என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். நுகர்வோர் உரிமைகளைச் செயல்படுத்துவதற்கான PIL இன் கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் நோக்கம் ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டின் சட்ட கட்டமைப்பைப் பொறுத்தது. உங்கள் அதிகார வரம்பில் உள்ள சட்ட வல்லுநர்கள் அல்லது நுகர்வோர் உரிமை அமைப்புகளுடன் கலந்தாலோசிப்பது, நுகர்வோர் உரிமைகள் அமலாக்கத்திற்காக PIL ஐப் பயன்படுத்துவதற்கான மேலும் குறிப்பிட்ட தகவல்களையும் வழிகாட்டுதலையும் வழங்கும்.

அலகு III

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 2019

முக்கிய ஏற்பாடுகள் -நிவாரண மன்றங்கள் -மாவட்ட நிலை -மாநில நிலை மற்றும் தேசிய அளவில் - அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - புகார்களை தாக்கல் செய்தல் நடைமுறை ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள் மற்றும் OMBUDSMAN

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 2019

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் (CPA) என்பது இந்தியாவில் உள்ள நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதை நோக்கமாகக் கொண்ட ஒரு சட்டமாகும். எவ்வாறாயினும், செப்டம்பர் 2021 இல் எனது அறிவைக் குறைத்தபடி, இந்தியாவில் மிகச் சமீபத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019 இன் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் ஆகும். இது இந்திய நாடாளுமன்றத்தால் நிறைவேற்றப்பட்டு, முந்தைய நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்குப் பதிலாக ஜூலை 20, 2020 முதல் நடைமுறைக்கு வந்தது. சட்டம் 1986.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 நுகர்வோர் பாதுகாப்பை மேம்படுத்துவதற்கும், நுகர்வோர் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கு மிகவும் வலுவான வழிமுறையை நிறுவுவதற்கும், நுகர்வோருக்கு பரந்த அளவிலான உரிமைகள் மற்றும் தீர்வுகளை வழங்குவதற்கும் இயற்றப்பட்டது. சட்டத்தின் சில முக்கிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

நுகர்வோர் உரிமைகள்: இந்தச் சட்டம் ஆறு நுகர்வோர் உரிமைகளை அங்கீகரிக்கிறது, இதில் உயிருக்கும் உடமைக்கும் அபாயகரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் சந்தைப்படுத்துதலுக்கு எதிராக பாதுகாக்கப்படுவதற்கான உரிமை, தகவல் உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை, கேட்கும் உரிமை, உரிமை. பரிகாரம் தேடுதல் மற்றும் நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை.

நுகர்வோர் தகராறுகளைத் தீர்க்கும் கமிஷன்கள்: நுகர்வோர் புகார்களை விரைவாகத் தீர்ப்பதற்காக மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய அளவில் நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்களை சட்டம் நிறுவுகிறது. தேசிய நுகர்வோர் தகராறுகள் தீர்வு ஆணையம் (NCDRC) என்பது நாட்டின் உச்ச நுகர்வோர் தகராறுகளைத் தீர்க்கும் அமைப்பாகும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள்: நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்துவதற்கும் பாதுகாப்பதற்கும் மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களை நிறுவுவதற்கு சட்டம் வழங்குகிறது.

தயாரிப்பு பொறுப்பு: குறைபாடுள்ள தயாரிப்புகள் அல்லது குறைபாடுள்ள சேவைகள் காரணமாக நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் எந்தவொரு தீங்குக்கும் உற்பத்தியாளர்கள், விற்பனையாளர்கள் அல்லது சேவை வழங்குநர்கள் பொறுப்பேற்கச் செய்யும், தயாரிப்பு பொறுப்பு என்ற கருத்தை சட்டம் அறிமுகப்படுத்துகிறது.

மத்தியஸ்தம்: நுகர்வோர் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான வழிமுறையாக மத்தியஸ்தத்தின் முக்கியத்துவத்தை சட்டம் வலியுறுத்துகிறது. இது மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய அளவில் நுகர்வோர் மத்தியஸ்த பிரிவுகளை நிறுவுவதற்கு வழங்குகிறது.

இ-காமர்ஸ்: இ-காமர்ஸ் பரிவர்த்தனைகளின் சூழலில் குறிப்பாக நுகர்வோர் பாதுகாப்பைக் குறிக்கும் விதிகள் இந்தச் சட்டத்தில் அடங்கும். இது இ-காமர்ஸ் நிறுவனங்களை ஒழுங்குபடுத்துகிறது, இ-காமர்ஸில் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளுக்கு அபராதங்களை அறிமுகப்படுத்துகிறது மற்றும் மின்வணிக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையத்தை நிறுவுகிறது.

முதன்மை வழங்கல் தீர்வு மன்றங்கள்

பிரிவு 2(7)இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம்2019 இல் 'நுகர்வோர்' என்ற வார்த்தையின் சட்டரீதியான வரையறை உள்ளது. இருப்பினும், பொதுவாக, ஒரு நுகர்வோர், ஆஃப்லைன் மற்றும் ஆன்லைன் ஆகிய இரண்டிலும் எந்தவொரு மற்றும் அனைத்து பரிவர்த்தனைகள் மூலமாகவும் பரிசீலனைக்காக பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கும் நபர் என்று விவரிக்கப்படுகிறார்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 இன் பிரிவு 2(9) இன் கீழ் 6 நுகர்வோர் உரிமைகள் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன. அவை:

1. பாதுகாப்பு உரிமை
2. தெரிவிக்க உரிமை
3. தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை
4. கேட்க உரிமை
5. பரிகாரம் தேடும் உரிமை-அல்
6. நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை

பிரிவு 2(7) இன் படி, நுகர்வோர் என்பது பணம் செலுத்தப்பட்ட அல்லது வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஓரளவு செலுத்தப்பட்ட மற்றும் ஓரளவு வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டண முறையின் கீழ் எந்தவொரு பொருளையும் வாங்கும் நபர் என்று பொருள்படும். பணம் செலுத்திய அல்லது வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஓரளவு செலுத்தப்பட்ட அல்லது ஓரளவு வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டண முறையின் கீழ் அத்தகைய பொருட்களை

வாங்குபவர், அத்தகைய நபரின் ஒப்புதலுடன் பயன்படுத்தப்படும்போது, அத்தகைய பொருட்களை மறுவிற்பனைக்காக அல்லது எதற்காகவும் பெறுபவர் சேர்க்கப்படவில்லை வணிக நோக்கம்;

பணம் செலுத்தப்பட்ட அல்லது வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஓரளவு செலுத்தப்பட்ட மற்றும் ஓரளவு வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டண முறையின் கீழ் எந்தவொரு சேவையையும் பணியமர்த்துதல் அல்லது பெறுதல். அல்லது வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட, அல்லது ஓரளவு செலுத்தப்பட்ட மற்றும் ஓரளவு வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட, அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டண முறையின் கீழ், அத்தகைய சேவைகள் முதலில் குறிப்பிடப்பட்ட நபரின் ஒப்புதலுடன் பெறப்படும் போது, ஆனால் எந்தவொரு வணிக நோக்கத்திற்காகவும் அத்தகைய சேவையைப் பெறும் நபர் சேர்க்கப்படவில்லை.

இந்தியாவில் நுகர்வோர் உரிமைகளின் நோக்கம் நுகர்வோர் உரிமைகள் அடங்கும்

(i) உயிருக்கும் உடமைக்கும் ஆபத்தை விளைவிக்கும் பொருட்கள், பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் சந்தைப்படுத்துதலுக்கு எதிராக பாதுகாக்கப்படும் உரிமை;

(ii) நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்காக, பொருட்கள், பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் தரம், அளவு, ஆற்றல், தூய்மை, தரம் மற்றும் விலை ஆகியவற்றைப் பற்றித் தெரிவிக்கும் உரிமை;

(iii) சாத்தியமான இடங்களில், பல்வேறு வகையான பொருட்கள், பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை போட்டி விலையில் அணுகுவதை உறுதி செய்வதற்கான உரிமை;

(iv) நுகர்வோரின் நலன்கள் பொருத்தமான மன்றங்களில் உரிய பரிசீலனையைப் பெறும் என்று கேட்கப்படுவதற்கும் உறுதியளிக்கப்படுவதற்கும் உரிமை;

(v) நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வர்த்தக நடைமுறைகள் அல்லது நுகர்வோரின் நேர்மையற்ற சுரண்டலுக்கு எதிராக பரிகாரம் தேடும் உரிமை; மற்றும்

(vi) நுகர்வோர் விழிப்புணர்வுக்கான உரிமை;

நுகர்வோர் புகாரைப் பதிவு செய்வதற்கான நடைமுறை

ஒருங்கிணைந்த குறை தீர்க்கும் பொறிமுறையில் மின்னணு முறையில் புகார் அளிக்கலாம்இணைய முகப்பு(INGRAM), அல்லது நுகர்வோர் உரிமைகளுக்கான நிவாரணம் பெற மாவட்ட அல்லது மாநில கமிஷன்கள் போன்ற நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அதிகாரிகளுடன் ஆஃப்லைனில்மீறல்கள். மேலும் புகார்களை பதிவு செய்ய ஒருவர் பயன்படுத்தக்கூடிய ஹெல்ப்லைன்கள் மற்றும் தொலைபேசி அடிப்படையிலான பயன்பாடுகள் உள்ளன. புகார் தீர்க்கப்படாவிட்டால், அடுத்த கட்டமாக நுகர்வோர் மன்றங்களை அணுகுவதற்கு வழக்கறிஞர் உதவியைப் பெறலாம்.

புகார் செயல்முறை: தொலைபேசி

படி-1: நீங்கள் சட்டத்தின் கீழ் ஒரு நுகர்வோர் என்பதைச் சரிபார்க்கவும்

புகார் அளிப்பவர் ஏநுகர்வோர்அல்லது நுகர்வோர் சங்கம்.

படி-2: ஹெல்ப்லைன் எண்ணை அழைக்கவும்

தேசிய விடுமுறை நாட்களைத் தவிர, நுகர்வோர் தேசிய நுகர்வோர் ஹெல்ப்லைன்: 1800-11-4000 அல்லது 14404 என்ற எண்ணில் புகார்களைப் பதிவு செய்யலாம். மாற்றாக, புகார்களை எஸ்எம்எஸ் மூலமாகவும் + 91 8130009809 என்ற எண்ணில் பதிவு செய்யலாம்.

படி-3: புகார் பற்றிய விவரங்களை வழங்கவும்

புகாரின் விவரங்களுடன், புகார்தாரர் மற்றும் விற்பனையாளரின் பெயர், தொடர்பு விவரங்கள் மற்றும் முகவரி ஆகியவற்றை ஹெல்ப்லைன் அதிகாரியிடம் குறிப்பிட வேண்டும். அதிகாரம் உங்கள் புகாரைப் பதிவு செய்து, உங்களுக்கு ஒரு தனிப்பட்ட குறைதீர்ப்பு ஐடியை வழங்கும்.

படி-4: உங்கள் விண்ணப்பத்தைக் கண்காணிக்கவும்

புகார் சம்பந்தப்பட்ட விற்பனையாளர், நிறுவனம், கட்டுப்பாட்டாளர் அல்லது அதிகாரிக்கு நடவடிக்கைக்காக அனுப்பப்படுகிறது. எடுக்கப்பட்ட நடவடிக்கை ஒவ்வொரு குறைகளுக்கும் எதிராக புதுப்பிக்கப்படுகிறது. ஹெல்ப்லைனை அழைப்பதன் மூலமோ அல்லது ஊடாகவோ உங்கள் புகார் ஐடி மூலம் கண்காணிக்க முடியும். ஒருங்கிணைக்கப்பட்டது குறை தீர்க்கும் பொறிமுறைஇணைய முகப்பு.

படி-5: புகாரின் தீர்வு

உங்கள் புகார் தீர்க்கப்படாவிட்டால், தொடர்புடைய நுகர்வோர் மன்றத்தை அணுகி சட்டப்பூர்வ செயல்முறையைத் தொடங்கலாம். சட்ட நடைமுறை குறித்து உங்களுக்கு ஏதேனும் சந்தேகங்கள் இருந்தால், அதைத் தெளிவுபடுத்த ஹெல்ப்லைன் அதிகாரம் உதவும்.

மின் புகார் செயல்முறை: இணையம் (INGRAM போர்டல்)

நுகர்வோர் விவகாரங்கள் துறையானது, நுகர்வோர், மத்திய மற்றும் மாநில அரசு நிறுவனங்கள், தனியார் நிறுவனங்கள், கட்டுப்பாட்டாளர்கள், குறைதீர்ப்பாளர்கள்

மற்றும் அழைப்பு மையங்கள் போன்ற அனைத்து பங்குதாரர்களையும் ஒரே தளத்தில் கொண்டு வருவதற்கு ஒருங்கிணைந்த குறை தீர்க்கும் பொறிமுறை (INGRAM) எனப்படும் போர்ட்டலைத் தொடங்கியுள்ளது.

வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்களின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதற்கும் அவர்களின் பொறுப்புகளை அவர்களுக்குத் தெரிவிப்பதற்கும் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தவும் இந்த போர்டல் உதவும். இந்த போர்டல் மூலம் நுகர்வோர் தங்கள் குறைகளை ஆன்லைனில் பதிவு செய்யலாம்.

படி-1: நீங்கள் சட்டத்தின் கீழ் நுகர்வோரா என்பதைச் சரிபார்க்கவும்

புகார் அளிப்பவர் ஏநுகர்வோர்சட்டத்தின் கீழ், ஒரு பொருளின் நுகர்வோர் அல்லது நுகர்வோர் சங்கம் என்று பொருள்படும்.

படி-2: INGRAM போர்ட்டலில் பதிவு செய்யவும்

புகார்தாரர் INGRAM இல் தங்களை நுகர்வோர் என்று பதிவு செய்து கொள்ள வேண்டும்இணைய முகப்பு. புகார்தாரர், புகார்தாரர் மற்றும் விற்பனையாளரின் பெயர் மற்றும் முகவரி, சர்ச்சையின் உண்மைகள் மற்றும் புகார்தாரர் கோரும் நிவாரணம் போன்ற புகார்களை பதிவு செய்ய தேவையான விவரங்கள் மற்றும் ஆவணங்களை நிரப்ப வேண்டும். ஒருமுறை பதிவு

ஒரு குறையை பதிவு செய்ய வேண்டும். பதிவு செய்ய, இணைய போர்ட்டலுக்குச் செல்லவும்<http://consumerhelpline.gov.in>மற்றும் உள்நுழைவு இணைப்பை கிளிக் செய்யவும். தேவையான விவரங்களை அளித்து பதிவு செய்து, உங்கள் மின்னஞ்சல் மூலம் சரிபார்க்கவும். பயனர் ஐடி மற்றும் கடவுச்சொல் உருவாக்கப்படும். இந்த பயனர் ஐடி மற்றும் கடவுச்சொல்லைப் பயன்படுத்தி, போர்ட்டலை உள்ளிட்டு, குறையின் தேவையான விவரங்களை நிரப்பவும், தேவையான ஆவணங்களை இணைக்கவும்

(கிடைத்தால்).

படி-3: கட்டணம் செலுத்தவும்

டிஜிட்டல் கட்டண முறை அல்லது BHIM ஆப், UMANG ஆப் போன்ற பயன்பாடுகள் மூலம் புகார் பதிவு செய்வதற்கு (பொருந்தினால்) புகார்தாரர், பொருட்களின் மதிப்புக்கு ஏற்ப அந்தந்த நுகர்வோர் ஆணையங்களுக்குச் செலுத்த வேண்டும்.

படி-4: உங்கள் விண்ணப்பத்தைக் கண்காணிக்கவும்

ஒவ்வொரு குறையும் பதிவு செய்யப்பட்டு, ஒரு தனிப்பட்ட குறைதீர்ப்பு ஐடி வழங்கப்படுகிறது. புகார் சம்பந்தப்பட்ட நிறுவனம், கட்டுப்பாட்டாளர் அல்லது அதிகாரிக்கு நடவடிக்கைக்காக அனுப்பப்படுகிறது. அவர்கள் எடுத்த நடவடிக்கை ஒவ்வொரு குறைகளுக்கும் எதிராக புதுப்பிக்கப்படுகிறது. தாக்கல் செய்யப்பட்ட குறைகளை INGRAM மூலம் கண்காணிக்க முடியும்இணைய முகப்பு.

நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள்/மன்றங்கள்

INGRAM போர்ட்டல் மூலம், நிறுவனம், குறைதீர்ப்பாளன் போன்ற அதிகாரிகளிடம் புகார் அளித்து, குறை தீர்க்கப்படுவதை உறுதிசெய்ய முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. இருப்பினும், பிரச்சினை இன்னும் நிலுவையில் இருந்தால், பொருத்தமானதை அணுகுவதற்கு நுகர்வோருக்கு விருப்பம் உள்ளது. நுகர்வோர் நீதிமன்றம் அல்லது மன்றங்கள் ஒரு வழக்கறிஞர் உதவியுடன். தகராறு ஏற்பட்டதிலிருந்து 2 ஆண்டுகளுக்குள் தாக்கல் செய்யப்படும் புகார்கள் மட்டுமே நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷனில் விசாரணைக்கு அனுமதிக்கப்படும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019: முக்கிய விதிகள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 2019 ஆகஸ்ட் 2019 அன்று மாநிலங்களவையில் நிறைவேற்றப்பட்டு 9 ஆகஸ்ட் 2019 அன்று அரசிதழில் வெளியிடப்பட்டது. இந்தச் சட்டத்தின் விதிகள் நடைமுறைக்கு வருவதற்கு இன்னும் அறிவிக்கப்படவில்லை. அறிவிக்கப்பட்டதும், புதிய சட்டம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986க்குப் பதிலாக மாற்றப்படும், இது ரத்து செய்யப்படும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 ("புதிய சட்டம்") இ-காமர்ஸ், நேரடி விற்பனை, டெலி-ஷாப்பிங், பல நிலை சந்தைப்படுத்தல், உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலிகள் போன்ற பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் வளர்ந்து வரும் விநியோக அமைப்புகளைக் குறிக்கிறது. தவறான விளம்பரம் மற்றும் நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள் உட்பட நியாயமற்ற வர்த்தகம் மற்றும் நெறிமுறையற்ற வணிக நடைமுறைகளின் புதிய வடிவங்களையும் இது குறிக்கிறது. குறிப்பிடத்தக்க வகையில், புதிய சட்டம், சட்டத்தின் மீறல்கள் மற்றும் குறைபாடுள்ள பொருட்கள்/குறைபாடுள்ள சேவைகளுக்கான தயாரிப்பு பொறுப்பு நடவடிக்கை ஆகியவற்றை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கும் அபராதம் விதிப்பதற்கும் விரிவான அதிகாரங்களைக் கொண்ட ஒரு கட்டுப்பாட்டாளருக்கு வழங்குகிறது.

முதல் முறையாக, தயாரிப்பு பொறுப்பு, நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள், போலி பொருட்கள், நுகர்வோர் உரிமைகள், எக்ஸ்பிரஸ் உத்தரவாதம், காயம், தீங்கு, தவறான விளம்பரம், ஒப்புதல், நிறுவுதல் போன்ற விதிமுறைகள் குறிப்பாக வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன. புதிய சட்டம் புகார்களை மின்-தாக்கல் செய்வதற்கும் வழிவகை செய்கிறது. நுகர்வோர் உரிமைகள் மாறிவரும் பொருளாதார மேம்பாடு

மற்றும் வணிக நடைமுறைகளுக்கு ஏற்ப மாற்றியமைக்கப்பட்டுள்ளன, இதனால் நுகர்வோருக்கு பயனுள்ள தீர்வு நடவடிக்கைகள் மற்றும் நிவாரணங்கள் வழங்கப்படுகின்றன.

**புதிய சட்டத்தில் கொண்டு வரப்பட்டுள்ள முக்கிய விதிகள்:
ஒரு கட்டுப்பாட்டாளர் நிறுவுதல்**

ஒரு மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம் (CCPA) தானாக முன்வந்து அல்லது மத்திய அரசாங்கத்திடம் இருந்து பெறப்படும் புகார்கள்/வழிமுறைகளின் பேரில், அதிகாரங்களுடன் நிறுவப்படும்.

நுகர்வோர் உரிமைகளை மீறுதல், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்கள் மற்றும் வகுப்பு நடவடிக்கைகளைச் செயல்படுத்துதல் தொடர்பான விஷயங்களை ஒழுங்குபடுத்துதல் மற்றும் விசாரித்தல். இது பின்வரும் முறையில் செய்யப்படலாம்:

- மாவட்டம், மாநில அல்லது தேசிய கமிஷன்களுக்கு முன் புகார்களை பதிவு செய்யவும் அல்லது இந்த ஏஜென்சிகளுக்கு முன் நடவடிக்கைகளில் தலையிடவும்;

- நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் அல்லது தவறான விளம்பரங்களைத் தடுக்க வழிகாட்டுதல்களை வழங்குதல்;

ஆபத்தான, அபாயகரமான அல்லது பாதுகாப்பற்ற பொருட்களை திரும்பப் பெறுதல் அல்லது சேவைகளை திரும்பப் பெறுதல் ஆகியவற்றுக்கான ஆர்டர்களை அனுப்புதல்; அல்லது அத்தகைய பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் விலைகளை திருப்பிச் செலுத்துவதற்கு; மற்றும் நுகர்வோர் நலன்களுக்கு நியாயமற்ற மற்றும் பாரபட்சமான நடைமுறைகளை நிறுத்துதல்.

ஒரு பணிப்பாளர் நாயகம் தலைமையிலான அதிகாரசபையின் விசாரணைப் பிரிவு விசாரணைகள் மற்றும் விசாரணைகளை மேற்கொள்ளும். CCPA இன் உத்தரவுகளின் மேல்முறையீடுகள், அத்தகைய உத்தரவு பெறப்பட்ட நாளிலிருந்து முப்பது நாட்களுக்குள் தேசிய நுகர்வோர் தகராறுகள் தீர்வு ஆணையத்திற்கு (தேசிய ஆணையம்) பொய்யாக இருக்கும்.

தனித்தனியாக, மத்திய, மாநில மற்றும் மாவட்ட ஆலோசனைக் குழுக்கள் ஒவ்வொரு மட்டத்திலும் நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்துதல் மற்றும் பாதுகாப்பது குறித்த ஆலோசனைகளை வழங்க வேண்டும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019 என்பது நுகர்வோருக்கு சிறந்த பாதுகாப்பு மற்றும் உரிமைகளை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்ட ஒரு இந்தியச் சட்டமாகும். இது முந்தைய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986க்குப் பதிலாக, டிஜிட்டல் யுகத்தில் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பாதுகாப்புகளை வலுப்படுத்துவதற்காக இயற்றப்பட்டது. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019 இன் முக்கிய விதிகள்:

மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையத்தை (CCPA) நிறுவுதல்: இந்தச் சட்டம் CCPA ஐ நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான முதன்மை ஒழுங்குமுறை ஆணையமாக நிறுவுகிறது. நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், தவறாக வழிநடத்தும் விளம்பரங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமை மீறல்கள் ஆகியவற்றை விசாரிக்கவும், திரும்ப அழைக்கவும் மற்றும் அபராதம் விதிக்கவும் CCPA க்கு அதிகாரம் உள்ளது.

நுகர்வோர் உரிமைகள்: இந்தச் சட்டம் பல்வேறு நுகர்வோர் உரிமைகளை அங்கீகரித்து செயல்படுத்துகிறது, இதில் உயிருக்கும் உடமைக்கும் ஆபத்தை விளைவிக்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் சந்தைப்படுத்துதலுக்கு எதிராக பாதுகாக்கப்படுவதற்கான உரிமை, தரம், அளவு, ஆற்றல், தூய்மை மற்றும் விலை பற்றி தெரிவிக்கும் உரிமை. பொருட்கள் அல்லது சேவைகள், நியாயமற்ற வர்த்தக

நடைமுறைகளுக்கு எதிராக பரிகாரம் தேடும் உரிமை மற்றும் நுகர்வோர் மன்றங்களில் கேட்கப்படும் மற்றும் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தப்படும் உரிமை.

எளிமைப்படுத்தப்பட்ட தகராறு தீர்வு: இந்தச் சட்டமானது சர்ச்சைத் தீர்வுக்கான மாற்று வழிமுறையாக மத்தியஸ்தம் என்ற கருத்தை அறிமுகப்படுத்துகிறது. மத்தியஸ்தம் மூலம் நுகர்வோர் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கு வசதியாக இது மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய அளவில் மத்தியஸ்தக் கலங்களை நிறுவுகிறது. நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் மீதான சுமையைக் குறைத்து, சர்ச்சையைத் தீர்ப்பதை விரைவுபடுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டது இந்த விதி.

தயாரிப்பு பொறுப்பு: குறைபாடுள்ள தயாரிப்புகள் அல்லது குறைபாடுள்ள சேவைகளால் ஏற்படும் எந்தவொரு தீங்குக்கும் உற்பத்தியாளர்கள், விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவை வழங்குநர்களை பொறுப்பேற்கச் செய்யும், தயாரிப்பு பொறுப்பு என்ற கருத்தை சட்டம் அறிமுகப்படுத்துகிறது. இது போன்ற பொருட்கள் அல்லது சேவைகளால் ஏற்படும் காயம் அல்லது சேதத்திற்கு இழப்பீடு பெற நுகர்வோரை அனுமதிக்கிறது.

இ-காமர்ஸ் ஒழுங்குமுறை: இ-காமர்ஸ் பிளாட்ஃபார்ம்களை அதன் வரம்பிற்குள் கொண்டு வந்து, தயாரிப்புகளின் நம்பகத்தன்மையை உறுதிப்படுத்தவும், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுக்கவும், நுகர்வோர் தரவைப் பாதுகாக்கவும் இந்தச் சட்டம் அவற்றின் மீது கடமைகளை விதிக்கிறது. திரும்பப் பெறுதல், பணத்தைத் திரும்பப் பெறுதல், பரிமாற்றக் கொள்கைகள் மற்றும் குறைகளை நிவர்த்தி செய்யும் வழிமுறைகள் போன்ற தகவல்களை வழங்க இ-காமர்ஸ் தளங்களை இது கட்டாயப்படுத்துகிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள்: மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய

அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களை நிறுவுவதற்கு சட்டம் வழங்குகிறது. இந்த கவுன்சில்கள் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு, கல்வி மற்றும் பாதுகாப்பை மேம்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. நுகர்வோர் குறைகளைத் தீர்ப்பதில் அவர்கள் உதவுகிறார்கள் மற்றும் நுகர்வோர் தொடர்பான விஷயங்களில் CCPA க்கு ஆலோசனை வழங்குகிறார்கள்.

நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்கள்: மாவட்டம், மாநிலம் மற்றும் தேசிய அளவில் நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்களை நிறுவுவதற்கு சட்டம் வழங்குகிறது. இந்த கமிஷன்கள் அரை-நீதித்துறை அமைப்புகளாக செயல்படுகின்றன, மேலும் நுகர்வோர் புகார்களை அவற்றின் மதிப்பின் அடிப்படையில் விசாரிக்கவும் மற்றும் தீர்க்கவும் அதிகாரம் உள்ளது.

அபராதம் மற்றும் பரிகாரங்கள்: தவறான விளம்பரங்கள், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமை மீறல்கள் ஆகியவற்றுக்கு இந்தச் சட்டம் கடுமையான தண்டனைகளை விதிக்கிறது. குற்றத்தின் தன்மை மற்றும் தீவிரத்தைப் பொறுத்து அபராதம் முதல் சிறைத்தண்டனை வரையிலான தண்டனைகளை இது வழங்குகிறது. கூடுதலாக, இது நுகர்வோர் இழப்பீடு, பணத்தைத் திரும்பப் பெறுதல் அல்லது பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை மாற்றுவதற்கு அனுமதிக்கிறது, மேலும் வகுப்பு நடவடிக்கை வழக்குகளைத் தொடங்குவதற்கான அதிகாரத்தை அவர்களுக்கு வழங்குகிறது.

இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019ன் சில முக்கிய விதிகள் இவை. நுகர்வோர் பாதுகாப்பை வலுப்படுத்துதல், நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளை மேம்படுத்துதல் மற்றும் நாட்டில் உள்ள நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களை உறுதிப்படுத்துதல் ஆகியவற்றை இந்தச் சட்டம் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

தயாரிப்பாளர், ஒப்புதல் அளிப்பவர், வெளியீட்டாளர் ஆகியோருக்கு தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்களுக்கு கடுமையான விளைவுகள்

CCPA, விசாரணையைத் தொடர்ந்து, ரூ. வரையிலான தவறான அல்லது தவறான விளம்பரத்தின் தயாரிப்பாளர் அல்லது ஒப்புதல் அளிப்பவர் மீது அபராதம் விதிக்கலாம். 10 லட்சம் மற்றும் 2 ஆண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனை விதிக்கப்படும். ஒவ்வொரு அடுத்தடுத்த மீறலுக்கும் அபராதம் ரூ. 50 லட்சம் மற்றும் 5 ஆண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனை விதிக்கப்படும்.

அத்தகைய விளம்பரத்திற்கு ஒப்புதல் அளிப்பவர், ஒரு வருடம் வரை எந்தவொரு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கும் ஒப்புதல் அளிப்பதில் இருந்தும், அதைத் தொடர்ந்து மூன்று ஆண்டுகள் வரையிலான காலத்திற்கு மீறுவதற்கும் தடை விதிக்கப்படலாம். எவ்வாறாயினும், ஒப்புதல் அளிப்பவர், அதில் கூறப்பட்டுள்ள உரிமைகோரல்களின் உண்மைத்தன்மையை சரிபார்ப்பதற்கு உரிய விடாமுயற்சியை மேற்கொண்டிருந்தால் விளம்பரம், அவன்/அவள் தண்டிக்கப்பட மாட்டான். வெளியீட்டாளர் அல்லது அத்தகைய வெளியீட்டில் பங்குதாரராக இருக்கும் நபர் ரூ. வரை அபராதம் விதிக்கப்படலாம். பத்து லட்சம்

தயாரிப்பு பொறுப்பு & தயாரிப்பு பொறுப்பு நடவடிக்கை

தயாரிப்பு பொறுப்பு என்பது, தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் தயாரிப்பு உற்பத்தியாளர் அல்லது தயாரிப்பு விற்பனையாளரின் பொறுப்பானது, அத்தகைய குறைபாடுள்ள தயாரிப்பு உற்பத்தி அல்லது விற்பனையால் அல்லது அது தொடர்பான சேவைகளின் குறைபாட்டால் நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் தீங்குகளை ஈடுசெய்யும். தயாரிப்பு பொறுப்பு நடவடிக்கை என்பது குறைபாடு, தயாரிப்பு சேவையில் குறைபாடு அல்லது உற்பத்தி அல்லது வடிவமைப்பு குறைபாடுகள், விவரக்குறிப்புகளில் இருந்து விலகல், உத்தரவாதத்திற்கு இணங்காதது அல்லது சரியான பயன்பாடு தொடர்பான போதுமான அறிவுறுத்தல்கள் இல்லாததால் ஏற்படும் எந்தவொரு 'தீங்கிற்கும்'

இழப்பீடு கோருவதற்கான புகாராகும். ஒரு தயாரிப்பு உற்பத்தியாளர் அல்லாத ஒரு தயாரிப்பு விற்பனையாளர், தீங்கு விளைவித்த தயாரிப்பின் வடிவமைப்பு, சோதனை, உற்பத்தி, பேக்கேஜிங் அல்லது லேபிளிங் ஆகியவற்றின் மீது கணிசமான கட்டுப்பாட்டைக் கொண்டிருந்தால் அவர் பொறுப்பாவார்; அல்லது தீங்கு விளைவிக்கும் வகையில் தயாரிப்பை மாற்றியமைத்துள்ளது அல்லது மாற்றியமைத்துள்ளது.

அத்தகைய செயல்களுக்கு விதிவிலக்குகள் வழங்கப்பட்டுள்ளன, எடுத்துக்காட்டாக, தீங்கு விளைவிக்கும் நேரத்தில் தயாரிப்பை தவறாகப் பயன்படுத்துதல், மாற்றுதல் அல்லது மாற்றியமைத்தல் அல்லது வெளிப்படையான அல்லது பொதுவாக அறியப்பட்ட அல்லது இருக்க வேண்டிய ஆபத்தைப் பற்றி எச்சரிக்க அல்லது அறிவுறுத்துவதற்கு உற்பத்தியாளரின் தரப்பில் தோல்வி தயாரிப்பு பண்புகள், முதலியன கணக்கில் அறியப்படுகிறது.

தயாரிப்புப் பொறுப்புடன் தொடர்புடைய "தீங்கு" என்பது தயாரிப்பு அல்லாத பிற சொத்துக்களுக்கு சேதம், தனிப்பட்ட காயம், நோய் அல்லது இறப்பு மற்றும் மன வேதனை அல்லது அத்தகைய தீங்கு விளைவிக்கும் உணர்ச்சி துயரங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளின் விரிவாக்கப்பட்ட நோக்கம்

"நியாயமற்ற ஒப்பந்தம்" என்பது ஒருபுறம் உற்பத்தியாளர் அல்லது வர்த்தகர் அல்லது சேவை வழங்குநருக்கு இடையேயான ஒப்பந்தம், மறுபுறம் நுகர்வோர் போன்ற நுகர்வோரின் உரிமைகளில் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் விதிமுறைகளைக் கொண்ட ஒப்பந்தம் என்று வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்களுக்கு எதிரான எந்தவொரு புகாரையும் மாநில ஆணையம் அல்லது

தேசிய ஆணையத்தில் தாக்கல் செய்யலாம். ஆறு வகையான நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன, அதாவது,

- வெளிப்படையான அதிகப்படியான பாதுகாப்பு வைப்பு தேவைப்படும் ஒப்பந்தங்கள்;
- ஒப்பந்தத்தை மீறியதற்காக நுகர்வோர் மீது விகிதாசார அபராதம் விதிக்கும் ஒப்பந்தங்கள்;
- பொருந்தக்கூடிய அபராதம் செலுத்துவதன் மூலம் கடன்களை முன்கூட்டியே திருப்பிச் செலுத்துவதை ஏற்க மறுக்கும் ஒப்பந்தங்கள்;
- அத்தகைய ஒப்பந்தத்தை நியாயமான காரணமின்றி ஒருதலைப்பட்சமாக நிறுத்த ஒப்பந்தத்தில் ஒரு தரப்பினருக்கு உரிமையளிக்கும் ஒப்பந்தங்கள்;
- ஒரு தரப்பினரின் அனுமதியின்றி ஒரு நுகர்வோர் மற்ற தரப்பினருக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் வகையில் ஒப்பந்தத்தை ஒதுக்க அனுமதிக்கும் அல்லது அனுமதிக்கும் ஒப்பந்தங்கள்;
- நுகர்வோர் மீது நியாயமற்ற கட்டணம், கடமைகள் அல்லது நிபந்தனைகளை சுமத்தும் ஒப்பந்தங்கள் அத்தகைய நுகர்வோருக்கு பாதகத்தை ஏற்படுத்தும்.

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளின் நோக்கம் பின்வரும் நடைமுறைகளை உள்ளடக்கி விரிவாக்கப்பட்டுள்ளது:

- விற்கப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான பில் அல்லது ரொக்க மெமோ அல்லது ரசீதை வழங்காமல் இருப்பது;
- பொருட்களை விற்ற பிறகு அல்லது சேவைகளை வழங்கிய பிறகு, குறைபாடுள்ள பொருட்களை திரும்பப் பெறவோ அல்லது திரும்பப் பெறவோ அல்லது குறைபாடுள்ள சேவைகளை திரும்பப் பெறவோ அல்லது நிறுத்தவோ

மறுப்பது மற்றும் பில் அல்லது ரொக்க மெமோ அல்லது ரசீதில் குறிப்பிடப்பட்ட காலத்திற்குள், பணம் செலுத்தப்பட்டால், அவற்றைக் கருத்தில் கொண்டு திரும்பப் பெறுதல். முப்பது நாட்களுக்குள் அத்தகைய நிபந்தனை இல்லாதது;

- தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள எந்தவொரு சட்டத்தின் விதிகளின்படி வெளிப்படுத்தப்படும் வரை, நுகர்வோரால் நம்பிக்கையுடன் கொடுக்கப்பட்ட எந்தவொரு தனிப்பட்ட தகவலையும் மற்ற நபருக்கு வெளிப்படுத்துதல்

தீர்வு மன்றங்கள்

குறை தீர்க்கும் மன்றங்கள் அல்லது நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி மன்றங்கள் என்றும் அழைக்கப்படும் நிவர்த்தி மன்றங்கள், நிறுவனங்கள், நிறுவனங்கள் அல்லது அரசாங்க அமைப்புகளுக்கு எதிராக தனிநபர்கள் அல்லது நுகர்வோர் எழுப்பும் புகார்கள் மற்றும் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கும் தீர்வு காண்பதற்கும் நிறுவப்பட்ட வழிமுறைகள் ஆகும். இந்த மன்றங்கள் தனிநபர்களுக்கு நீதியைப் பெற, இழப்பீடு பெற அல்லது நியாயமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற முறையில் மோதல்களைத் தீர்க்க ஒரு தளத்தை வழங்குகிறது.

நுகர்வோரின் உரிமைகள் பாதுகாக்கப்படுவதையும் அவர்களின் புகார்கள் திறம்பட தீர்க்கப்படுவதையும் உறுதி செய்வதே தீர்வு மன்றங்களின் முதன்மை நோக்கமாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டின் அதிகார வரம்பு மற்றும் சட்டக் கட்டமைப்பைப் பொறுத்து, உள்ளூர், பிராந்திய அல்லது தேசிய நிலைகள் உட்பட பல்வேறு நிலைகளில் இந்த மன்றங்கள் நிறுவப்படலாம்.

தீர்வு மன்றங்கள் பொதுவாக தயாரிப்பு குறைபாடுகள், சேவை குறைபாடுகள், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், பில்லிங் தகராறுகள், தவறான விளம்பரங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் மீறல்கள் போன்ற நுகர்வோர் தொடர்பான பல்வேறு சிக்கல்களைக் கையாளுகின்றன. புகார்களைத் தாக்கல் செய்வதற்கும், விசாரணைகளை நடத்துவதற்கும், சர்ச்சையைத்

தீர்ப்பதற்கும் அவர்கள் குறிப்பிட்ட நடைமுறைகள் மற்றும் வழிகாட்டுதல்களைக் கொண்டிருக்கலாம்.

பல நாடுகளில், அரசாங்கம் அல்லது ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகளால் அணுகக்கூடிய மற்றும் மலிவான மாற்றீட்டை வழங்குவதற்காக தீர்வு மன்றங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.

பாரம்பரிய நீதிமன்ற அமைப்புகள். இந்த மன்றங்கள் பெரும்பாலும் அரை-நீதித்துறை அதிகாரங்களைக் கொண்டுள்ளன, அவை கட்சிகளை வரவழைக்கவும், ஆதாரங்களை சேகரிக்கவும் மற்றும் சட்டப்பூர்வமாக பிணைக்கப்பட்ட முடிவுகளை வழங்கவும் அனுமதிக்கின்றன.

அதிகார வரம்பைப் பொறுத்து, தீர்வு மன்றங்கள் வெவ்வேறு பெயர்கள் மற்றும் கட்டமைப்புகளைக் கொண்டிருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, இந்தியாவில், நுகர்வோர் தீர்வு மன்றங்கள் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் அல்லது நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன, அவை மூன்று அடுக்குகளைக் கொண்டுள்ளன: மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றம், மாநில நுகர்வோர் தகராறுகள் தீர்வு ஆணையம் மற்றும் தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையம்.

தீர்வு மன்றங்களின் செயல்பாடு, அதிகார வரம்பு மற்றும் நடைமுறைகள் நாட்டிற்கு நாடு மாறுபடும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். உங்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கல் அல்லது புகார் இருந்தால், பொருத்தமான நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களைக் கலந்தாலோசிப்பது அல்லது உங்கள் அதிகார வரம்பில் உள்ள சட்ட ஆலோசனையைப் பெறுவது நல்லது.

மாவட்ட அளவிலான குறை தீர்க்கும் வழிமுறைகள் எனப்படும் மாவட்ட

அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள், மாவட்ட அளவில் தனிநபர்களின் புகார்கள் மற்றும் குறைகளை நிவர்த்தி செய்ய நிறுவப்பட்டுள்ளன. இந்த மன்றங்கள் பொதுவாக அரசாங்கம் அல்லது சம்பந்தப்பட்ட அதிகாரிகளால் சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கும், பொதுமக்கள் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கும் அணுகக்கூடிய மற்றும் உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட தளத்தை வழங்குவதற்காக அமைக்கப்படுகின்றன.

இந்த மன்றங்களின் குறிப்பிட்ட பெயர் மற்றும் அமைப்பு சட்ட கட்டமைப்பு மற்றும் நிர்வாக அமைப்பைப் பொறுத்து ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்கு மாறுபடலாம். எவ்வாறாயினும், அடிப்படை நோக்கம் அப்படியே உள்ளது, குடிமக்கள் தங்கள் குறைகளுக்கு உயர் நீதிமன்றங்கள் அல்லது அதிகாரிகளை அணுகாமல் மாவட்ட அளவில் தீர்வு காண வழி இருப்பதை உறுதி செய்வதாகும்.

மாவட்ட அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் பெரும்பாலும் பலவிதமான புகார்கள் மற்றும் குறைகளைக் கையாளுகின்றன, ஆனால் அவை மட்டும் அல்ல:

பொது சேவை தொடர்பான குறைகள்: இதில் அரசு துறைகள், உள்ளூர் நிர்வாகம், பொது பயன்பாடுகள் மற்றும் தண்ணீர், மின்சாரம், போக்குவரத்து மற்றும் சுகாதாரம் போன்ற அத்தியாவசிய சேவைகள் தொடர்பான பிரச்சினைகள் இருக்கலாம்.

நிலம் மற்றும் சொத்து தகராறுகள்: நிலம் கையகப்படுத்துதல், சொத்து தகராறுகள், நிலப் பதிவுகள் மற்றும் தொடர்புடைய பிரச்சினைகள் தொடர்பான விஷயங்கள் பெரும்பாலும் இந்த மன்றங்களால் தீர்க்கப்படுகின்றன.

நுகர்வோர் புகார்கள்: குறைபாடுள்ள பொருட்கள், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், குறைபாடுள்ள சேவைகள், பில்லிங் தகராறுகள் மற்றும் நுகர்வோர் தொடர்பான பிற சிக்கல்கள் தொடர்பான நுகர்வோர் புகார்களை மாவட்ட அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் கையாளலாம்.

வேலைவாய்ப்பு தொடர்பான குறைகள்: பணியிட துன்புறுத்தல், நியாயமற்ற பணிநீக்கம், ஊதியம் வழங்காதது மற்றும் வேலை தொடர்பான பிற தகராறுகள் தொடர்பான புகார்களுக்கு தனிநபர்கள் இந்த மன்றங்களை அணுகலாம்.

சமூக நலத் திட்டங்கள் மற்றும் உரிமைகள்: சமூக நலத் திட்டங்கள், அரசு மானியங்கள், ஓய்வூதியம், உதவித்தொகை மற்றும் பிற உரிமைகள் தொடர்பான குறைகளை இந்த மன்றங்கள் மூலம் தீர்க்கலாம்.

மாவட்ட அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் பொதுமக்கள் அணுகக்கூடிய வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன, தனிநபர்கள் தங்கள் புகார்களை முன்வைத்து தீர்வு காணும் வாய்ப்பை வழங்குகிறது. மன்றங்களில் புகார்களை தாக்கல் செய்வதற்கும், விசாரணைகளை நடத்துவதற்கும், தீர்ப்புகள் அல்லது பரிந்துரைகளை வழங்குவதற்கும் குறிப்பிட்ட நடைமுறைகள் மற்றும் வழிகாட்டுதல்கள் இருக்கலாம்.

மாவட்ட அளவிலான தீர்வு மன்றங்களின் சரியான அமைப்பும் செயல்பாடும் வெவ்வேறு நாடுகள், மாநிலங்கள் அல்லது பிராந்தியங்களுக்கு இடையே மாறுபடும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். எனவே, ஒரு குறிப்பிட்ட அதிகார வரம்பில் உள்ள விரிவான செயல்முறைகள் மற்றும் வழிமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு, குறிப்பிட்ட உள்ளூர் சட்டங்கள், ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் அதிகாரிகளைக் கலந்தாலோசிப்பது நல்லது.

மாநில அளவில் தனிநபர்களின் புகார்கள் மற்றும் குறைகளை நிவர்த்தி செய்ய மாநில அளவிலான குறை தீர்க்கும் வழிமுறைகள் என அழைக்கப்படும் மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. இந்த மன்றங்கள் மாவட்ட அளவிலான மன்றங்கள் மற்றும் உயர்மட்ட நீதித்துறை அல்லது

நிர்வாக அமைப்புகளுக்கு இடையே ஒரு இடைநிலை படியாக செயல்படுகின்றன, இது மாவட்ட அளவில் தீர்க்க முடியாத சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கான தளத்தை வழங்குகிறது.

மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்களின் குறிப்பிட்ட பெயர் மற்றும் அமைப்பு நாடு அல்லது பிராந்தியத்தைப் பொறுத்து மாறுபடலாம். இருப்பினும், அவர்களின் முதன்மை நோக்கம் அப்படியே உள்ளது: தனிநபர்கள் தங்கள் குறைகளுக்கு மாநில அளவில் தீர்வு காண ஒரு மன்றத்தை வழங்குவது.

மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் பொதுவாக பலவிதமான புகார்கள் மற்றும் குறைகளைக் கையாளுகின்றன, அவற்றுள்:

நிர்வாக மற்றும் நிர்வாகச் சிக்கல்கள்: இந்த மன்றங்கள் மாநில அரசுத் துறைகள், பொது நிர்வாகம், பொதுச் சேவைகள் மற்றும் பிற மாநில அளவிலான ஏஜென்சிகள் தொடர்பான புகார்களை நிவர்த்தி செய்கின்றன.

பொது பயன்பாட்டு சேவைகள்: மின்சாரம், நீர் வழங்கல், போக்குவரத்து மற்றும் சுகாதார சேவைகள் போன்ற அரசு நடத்தும் பயன்பாடுகள் தொடர்பான குறைகள் இந்த மன்றங்களால் தீர்க்கப்படுகின்றன.

நுகர்வோர் தகராறுகள்: வணிகங்கள், சேவை வழங்குநர்கள், தயாரிப்பு உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் சம்பந்தப்பட்ட நுகர்வோர் புகார்களை மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் கையாளுகின்றன.

கல்வி தொடர்பான விஷயங்கள்: கல்வி நிறுவனங்கள், தேர்வு வாரியங்கள், உதவித்தொகைகள் மற்றும் கல்விக் கொள்கைகள் தொடர்பான குறைகளை இந்த மன்றங்கள் மூலம் தீர்க்கலாம்.

வேலைவாய்ப்பு மற்றும் தொழிலாளர் தகராறுகள்: தனிநபர்கள் தொழிலாளர் உரிமைகள், குறைந்தபட்ச ஊதியம், பணியிட துன்புறுத்தல் மற்றும் பிற வேலைவாய்ப்பு தொடர்பான பிரச்சனைகள் தொடர்பான குறைகளுக்கு மாநில

அளவிலான தீர்வு மன்றங்களை அணுகலாம்.

மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள் புகார்களைத் தாக்கல் செய்வதற்கும், விசாரணைகளை நடத்துவதற்கும், தீர்ப்புகள் அல்லது பரிந்துரைகளை வழங்குவதற்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட அமைப்பு மற்றும் நடைமுறைகளைக் கொண்டுள்ளன. நடைமுறையில் உள்ள சட்டக் கட்டமைப்பைப் பொறுத்து, அவர்களுக்கு மத்தியஸ்தம் செய்ய, நடுவர் அல்லது தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான அதிகாரங்கள் இருக்கலாம்.

மாநில அளவிலான தீர்வு மன்றங்களின் செயல்பாடு மற்றும் அதிகார வரம்பு நாடுகள், மாநிலங்கள் அல்லது பிராந்தியங்களுக்கு இடையே வேறுபடலாம் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். எனவே, ஒரு குறிப்பிட்ட அதிகார வரம்பில் உள்ள விரிவான செயல்முறைகள் மற்றும் வழிமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு, குறிப்பிட்ட உள்ளூர் சட்டங்கள், ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் அதிகாரிகளைக் கலந்தாலோசிப்பது நல்லது.

தேசிய அளவிலான தீர்வு மன்றங்கள், தேசிய நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்கள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன, தேசிய அளவில் நுகர்வோர் புகார்கள் மற்றும் தகராறுகளைக் கையாள பல நாடுகளில் நிறுவப்பட்டுள்ளன. தயாரிப்பு குறைபாடுகள், குறைபாடுள்ள சேவைகள், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் அல்லது நுகர்வோர் உரிமைகள் தொடர்பான பிற சிக்கல்கள் தொடர்பான குறைகளைத் தீர்க்க நுகர்வோருக்கு இந்த மன்றங்கள் ஒரு தளத்தை வழங்குகின்றன.

பல்வேறு நாடுகளில் இருந்து தேசிய அளவிலான தீர்வு மன்றங்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே:

தேசிய நுகர்வோர் தகராறுகள் தீர்வு ஆணையம் (NCDRC), இந்தியா: NCDRC என்பது இந்தியாவின் உச்ச நுகர்வோர் தகராறு தீர்வு மன்றமாகும். குறிப்பிடத்தக்க

மதிப்புள்ள அல்லது சட்டரீதியான தாக்கங்களைக் கொண்ட நுகர்வோர் புகார்களை இது தீர்ப்பளிக்கிறது. மாநில நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையத்தின் உத்தரவுகளுக்கு எதிரான மேல்முறையீடுகளை இது விசாரிக்கிறது.

ஃபெடரல் டிரேட் கமிஷன் (FTC), அமெரிக்கா:

FTC என்பது அமெரிக்காவில் உள்ள ஒரு சுயாதீன நிறுவனமாகும், இது சந்தையில் நியாயமற்ற மற்றும் ஏமாற்றும் நடைமுறைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க செயல்படுகிறது. இது தவறான விளம்பரம், மோசடி, அடையாள திருட்டு மற்றும் பிற நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சிக்கல்கள் தொடர்பான புகார்களை விசாரிக்கிறது.

நியாயமான வர்த்தக அலுவலகம் (OFT), யுனைடெட் கிங்டம்:

2014 இல் அதன் செயல்பாடுகள் மற்ற நிறுவனங்களுக்கு மாற்றப்படும் வரை OFT ஆனது UK இல் முதன்மை நுகர்வோர் மற்றும் போட்டி அதிகாரமாக இருந்தது. இது நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டங்களை அமல்படுத்துதல், நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளை ஊக்குவித்தல் மற்றும் நுகர்வோர் புகார்களைக் கையாளுதல் ஆகியவற்றிற்கு பொறுப்பாக இருந்தது.

ஆஸ்திரேலிய போட்டி மற்றும் நுகர்வோர் ஆணையம் (ACCC), ஆஸ்திரேலியா: ACCC என்பது போட்டியை ஊக்குவிக்கும் மற்றும் ஆஸ்திரேலியாவில் உள்ள நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாக்கும் ஒரு சுயாதீனமான சட்டப்பூர்வ ஆணையமாகும். இது தவறான விளம்பரங்கள், நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள், தயாரிப்பு பாதுகாப்பு மற்றும் போட்டிக்கு எதிரான நடத்தை தொடர்பான புகார்களை விசாரித்து தீர்க்கிறது.

போட்டி மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம் (CCPC), அயர்லாந்து: அயர்லாந்தில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் போட்டிச் சட்டங்களை அமல்படுத்துவதற்கு CCPC பொறுப்பாகும். இது நுகர்வோர் புகார்களைக்

கையாளுகிறது, போட்டி எதிர்ப்பு நடைமுறைகளை விசாரிக்கிறது மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளை மேம்படுத்துகிறது.

இவை பல்வேறு நாடுகளின் தேசிய அளவிலான தீர்வு மன்றங்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள். ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் அதன் சொந்த குறிப்பிட்ட அதிகாரம் அல்லது தேசிய அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் தகராறு தீர்வுக்கு அர்ப்பணிக்கப்பட்ட கமிஷன் இருக்கலாம்.

புதிய தண்டனைகள்/தண்டனைகள்

கலப்படம் மற்றும் போலியான பொருட்களை உற்பத்தி செய்தல், சேமித்தல், விற்பனை செய்தல், விநியோகம் செய்தல் அல்லது இறக்குமதி செய்தல் ஆகியவற்றுக்கு 6 மாத சிறை தண்டனை முதல் ஒரு லட்சம் ரூபாய் வரை அபராதம், காயம் அல்லது கடுமையான காயம் ஆகியவற்றின் அளவை பொறுத்து அபராதம் மற்றும் சிறைத்தண்டனை விதிக்கப்படும். ஐந்து லட்சம் அபராதத்துடன் 7 ஆண்டுகள் சிறை.

அத்தகைய செயல் எந்த நுகர்வோரின் மரணத்தையும் விளைவிக்கும் சந்தர்ப்பங்களில் ஆயுள் சிறைத்தண்டனை மற்றும் பத்து லட்சம் ரூபாய் அபராதம் விதிக்கப்படலாம், அத்தகைய வழக்குகளில் குறைந்தபட்ச சிறைத்தண்டனை 7 ஆண்டுகள் ஆகும்.

மறுபுறம், DG அல்லது வேறு எந்த அதிகாரியின் எரிச்சலூட்டும் தேடுதல்கள் மற்றும் பறிமுதல்களுக்கு ஒரு வருடம் வரை சிறைத்தண்டனை அல்லது பத்தாயிரம் ரூபாய் வரை நீட்டிக்கக்கூடிய அபராதம் அல்லது இரண்டும் தண்டனையாக விதிக்கப்படும்.

தேசிய மற்றும் மாநில அளவில் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாக்க இந்தச் சட்டம் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களை நிறுவுகிறது.

மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்

அத்தியாயம் 2 கீழ்பிரிவு 3 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 இன் படி, மத்திய அரசு மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சிலை மத்திய கவுன்சில் என அழைக்கப்படுகிறது. இது ஒரு ஆலோசனைக் குழு மற்றும் மத்திய கவுன்சில் பின்வரும் உறுப்பினர்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்;

1. மத்திய அரசின் நுகர்வோர் விவகாரத் துறையின் பொறுப்பாளர் கவுன்சிலின் தலைவராக நியமிக்கப்படுவார், மற்றும்
2. சட்டத்தின் கீழ் தேவையான நலன்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் உத்தியோகபூர்வ அல்லது அதிகாரபூர்வமற்ற உறுப்பினர்கள்.

மத்திய கவுன்சில் தேவைப்படும்போது கூடலாம், இருப்பினும், அவர்கள் ஒவ்வொரு ஆண்டும் குறைந்தபட்சம் ஒரு கூட்டத்தை நடத்த வேண்டும். மத்திய கவுன்சிலின் நோக்கம், சட்டத்தின் கீழ் நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாப்பதும் மேம்படுத்துவதும் ஆகும்.

மாநில நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள்

ஒவ்வொரு மாநில அரசாங்கமும் அந்த குறிப்பிட்ட மாநிலத்தின் மீது அதிகார வரம்பைக் கொண்ட மாநில கவுன்சில் எனப்படும் மாநில நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சிலை நிறுவ வேண்டும். மாநில கவுன்சில் ஒரு ஆலோசனை அமைப்பாக செயல்படுகிறது. மாநிலங்களவை உறுப்பினர்கள்:

1. மாநில அரசாங்கத்தில் நுகர்வோர் விவகாரங்களுக்கான அமைச்சர், கவுன்சிலின் தலைவராக நியமிக்கப்படுவார்.
2. சட்டத்தின் கீழ் தேவையான நலன்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் உத்தியோகபூர்வ அல்லது அதிகாரபூர்வமற்ற உறுப்பினர்கள் எண்ணிக்கை, மற்றும்

3. இந்தச் சட்டத்தின் நோக்கங்களுக்காக மத்திய அரசு பத்து உறுப்பினர்களுக்குக் குறையாமல் நியமிக்கலாம்.

மாநில கவுன்சில்கள் ஒவ்வொரு ஆண்டும் குறைந்தது இரண்டு கூட்டங்களை நடத்த வேண்டும்.

மாவட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்

கீழ்பிரிவு 8சட்டத்தின்படி, மாவட்ட கவுன்சில் எனப்படும் ஒவ்வொரு மாவட்டத்திற்கும் மாவட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சிலை மாநில அரசு நிறுவ வேண்டும். மாவட்ட கவுன்சில் உறுப்பினர்கள்:

1. அந்த மாவட்டத்தின் கலெக்டர் மாவட்ட கவுன்சிலின் தலைவராக நியமிக்கப்படுவார், மற்றும்
2. சட்டத்தின் கீழ் தேவையான நலன்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் மற்ற உறுப்பினர்கள்.

மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம்

மத்திய அரசு ஒரு மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையத்தை நிறுவ வேண்டும், இது கீழ் மத்திய ஆணையம் என அழைக்கப்படுகிறது. பிரிவு 10 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019, நுகர்வோரின் உரிமைகளை மீறுதல், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் மற்றும் பொதுமக்கள் மற்றும் நுகர்வோரின் நலன்களுக்குத் தீங்கு விளைவிக்கும் தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்கள் தொடர்பான விஷயங்களை ஒழுங்குபடுத்துதல் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்துதல், பாதுகாத்தல் மற்றும் செயல்படுத்துதல் . சட்டத்தின் கீழ் தேவைப்படும் மத்திய ஆணையத்தின் தலைமை ஆணையர் மற்றும் பிற ஆணையர்களை மத்திய அரசு நியமிக்கும்.

மத்திய ஆணையத்தின் கீழ் 'விசாரணைப் பிரிவு' இருக்க வேண்டும். பிரிவு 15 விசாரணை அல்லது விசாரணை நடத்துவதற்கான சட்டத்தின். புலனாய்வுப்

பிரிவில் இயக்குநர் ஜெனரல் மற்றும் கூடுதல் இயக்குநர் ஜெனரல், இயக்குநர், இணை இயக்குநர், துணை இயக்குநர் மற்றும் உதவி இயக்குநர் ஆகியோர் இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் செயல்பாடுகளைச் செய்வதற்குத் தேவையான அனுபவமும் தகுதியும் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

மத்திய ஆணையத்தின் செயல்பாடுகள் மற்றும் கடமைகள்

மத்திய ஆணையத்தின் செயல்பாடுகள் மற்றும் பொறுப்புகள் இதில்

குறிப்பிடப்பட்டுள்ளனபிரிவு 18 உள்ளடக்கிய சட்டத்தின்;

1. நுகர்வோர்களின் உரிமைகளை ஒரு வகுப்பாகப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் மீறப்படுவதைத் தடுப்பது,
2. நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுக்க,
3. எந்தவொரு பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் தொடர்பான தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்கள் விளம்பரப்படுத்தப்படுவதை உறுதிசெய்ய,
4. தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்களில் யாரும் பங்கேற்கவில்லை என்பதை உறுதிப்படுத்த,
5. நுகர்வோர் உரிமைகள் அல்லது நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளை மீறும் வழக்குகளில் விசாரிக்கவும் அல்லது விசாரிக்கவும்.
6. தேசிய, மாநில அல்லது மாவட்ட ஆணையத்தின் முன் புகார்களைத் தாக்கல் செய்யவும்,
7. நுகர்வோர் உரிமைகளை அனுபவிப்பதில் தடையாக உள்ள காரணிகள் தொடர்பான விஷயங்களை மதிப்பாய்வு செய்ய.
8. நுகர்வோர் உரிமைகள் தொடர்பான சர்வதேச உடன்படிக்கைகள் மற்றும் சிறந்த சர்வதேச நடைமுறைகளை ஏற்றுக்கொள்ள பரிந்துரை செய்தல்
9. நுகர்வோர் உரிமைகள் பற்றிய ஆராய்ச்சி மற்றும் விழிப்புணர்வை ஊக்குவித்தல்.
10. நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுக்கவும், நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாக்கவும் தேவையான வழிகாட்டுதல்களை வகுக்கவும்.

மேலும், நுகர்வோர் உரிமைகள் மீறல் அல்லது நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் மேற்கொள்ளப்படும் சந்தர்ப்பங்களில், மத்திய அரசிடமிருந்து அல்லது அதன் சொந்த இயக்கத்திடமிருந்து ஏதேனும் புகார் அல்லது வழிகாட்டுதல்களைப் பெற்ற பிறகு விசாரிக்கும் அதிகாரமும் மத்திய ஆணையத்திற்கு உள்ளது. நுகர்வோர் உரிமைகள் மீறல் அல்லது நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் நடந்துள்ளன என்று மத்திய ஆணையம் திருப்தி அடைந்தால், அது:

- நுகர்வோருக்கு அபாயகரமான மற்றும் தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை நினைவுகூருங்கள்,
- பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விலைகளை நுகர்வோருக்கு திருப்பிச் செலுத்துதல் மற்றும்
- நுகர்வோருக்கு பாரபட்சமான மற்றும் தீங்கு விளைவிக்கும் நடைமுறைகளை நிறுத்துங்கள்.

கீழ்பிரிவு 21சட்டத்தின்படி, பத்து லட்சம் ரூபாய் வரை நீட்டிக்கக்கூடிய தவறான மற்றும் தவறான விளம்பரங்களுக்கு வழிகாட்டுதல்களை வழங்க மத்திய ஆணையத்திற்கு அதிகாரம் உள்ளது. குற்றத்திற்கான தண்டனையை நிர்ணயிக்கும் போது மத்திய ஆணையம் போன்ற காரணிகளை மனதில் கொள்ள வேண்டும்; குற்றத்தால் பாதிக்கப்பட்ட மக்கள், குற்றத்தின் அதிர்வெண் மற்றும் அத்தகைய தயாரிப்புகளின் விற்பனையிலிருந்து மொத்த வருவாய். மத்திய ஆணையம் இந்தச் சட்டத்தின் நோக்கங்களுக்காகத் தேடுதல் மற்றும் பறிமுதல் செய்தல் மற்றும் அந்த வழக்கில் விதிகளுக்குற்றவியல் நடைமுறைச் சட்டம், 1973விண்ணப்பிக்கும்.

நுகர்வோர் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான ஆணையம்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019-ன் கீழ் மாநிலத்தின் ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும் மாவட்ட ஆணையம் எனப்படும் மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர்க்கும் ஆணையத்தை மாநில அரசு நிறுவும். மாவட்ட ஆணையம் மத்திய அரசால்

பரிந்துரைக்கப்படும் இரண்டு உறுப்பினர்களுக்குக் குறையாத ஒரு தலைவரைக் கொண்டிருக்கும். .

பிரிவு 34பரிசீலனையில் செலுத்தப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு ஒரு கோடி ரூபாய்க்கு மிகாமல் இருக்கும் பட்சத்தில் புகார்களை விசாரிக்க மாவட்ட ஆணையத்திற்கு சட்டத்தின் அதிகாரம் உள்ளது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் தொடர்பான புகாரை நுகர்வோர், அங்கீகரிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் சங்கம், மத்திய அரசு, மத்திய ஆணையம், மாநில அரசு போன்றவை மாவட்ட ஆணையத்தில் தாக்கல் செய்யலாம்.

பிரிவு 36மாவட்ட ஆணையத்தின் முன் அனைத்து நடவடிக்கைகளும் ஜனாதிபதி மற்றும் கமிஷனின் குறைந்தபட்சம் ஒரு உறுப்பினரால் நடத்தப்படும் என்று கூறுகிறது.

மத்தியஸ்தம்

அத்தியாயம் 5பிரிவு 74நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019, தேசிய அளவில் மத்திய அரசால் ஒரு நுகர்வோர் மத்தியஸ்தப் பிரிவை நிறுவ வேண்டும் என்றும், ஒவ்வொரு மாநில அரசும் அந்த மாநிலத்தின் அதிகார வரம்பிற்குள் செயல்படும் நுகர்வோர் மத்தியஸ்தப் பிரிவை நிறுவ வேண்டும் என்றும் கூறுகிறது. மத்தியஸ்தத்தை மேற்கொள்வதற்காக பரிந்துரைக்கப்பட்ட மத்தியஸ்தர், விதிமுறைகளால் குறிப்பிடப்படும் காலத்திற்குள் மற்றும் அத்தகைய முறையில் அதை நடத்த வேண்டும்.

பிரிவு 75இந்தச் சட்டம் மத்தியஸ்தர்களின் உறுப்பினர்களைப் பற்றி பேசுகிறது இது தகுதிகள், சேவை விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள், நியமனம் செய்வதற்கான நடைமுறை மற்றும் எம்பேனல் செய்யப்பட்ட மத்தியஸ்தர்களுக்கு செலுத்த வேண்டிய கட்டணம் ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடுகிறது.

போன்ற சில உண்மைகளை வெளியிடுவது மத்தியஸ்தரின் கடமை; நுகர்வோர் தகராறின் விளைவாக எந்தவொரு தனிப்பட்ட, நிதி அல்லது தொழில்முறை, அவர்களின் சுதந்திரம் அல்லது பாரபட்சமற்ற தன்மை மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதற்குத் தேவையான பிற தகவல்கள்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 இன் கீழ் குற்றங்கள் மற்றும் அபராதங்கள் இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் பட்டியலிடப்பட்டுள்ள குற்றங்கள் மற்றும் தண்டனைகள் பின்வருமாறு குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

1. தவறான மற்றும் தவறான விளம்பரங்களுக்கு தண்டனை:கீழ்பிரிவு 89இந்தச் சட்டத்தின்படி, தவறான அல்லது தவறான விளம்பரங்களை ஊக்குவிக்கும் எந்தவொரு உற்பத்தியாளர் அல்லது சேவை வழங்குநருக்கும் இரண்டு ஆண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனையும், பத்து லட்சம் ரூபாய் வரை அபராதமும் விதிக்கப்படும்.
2. கலப்படம் உள்ள பொருட்களை உற்பத்தி செய்தல், விற்பனை செய்தல், விநியோகம் செய்தல் ஆகியவற்றுக்கான தண்டனை:கீழ்பிரிவு 90நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019ன்படி, கலப்படம் உள்ள பொருட்களை விற்பனை செய்தல், உற்பத்தி செய்தல், விநியோகம் செய்தல் போன்ற எந்தவொரு நபரும் பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் தண்டிக்கப்படுவார்கள்;
 - கலப்படம் செய்யப்பட்ட தயாரிப்பு நுகர்வோருக்கு எந்தவிதமான காயத்தையும் ஏற்படுத்தவில்லை என்றால், ஆறு மாத கால சிறைத்தண்டனை மற்றும் ஒரு லட்சம் ரூபாய் வரை அபராதம் விதிக்கப்படும்.
 - கலப்படம் உள்ள தயாரிப்பு கடுமையான காயத்தை ஏற்படுத்தாத காயத்தை ஏற்படுத்தினால், ஒரு வருடம் சிறைத்தண்டனை மற்றும் மூன்று லட்சம் ரூபாய் வரை அபராதம் விதிக்கப்படும்.

- கலப்படம் கொண்ட தயாரிப்பு கடுமையான காயத்தை ஏற்படுத்தினால், ஏழு ஆண்டுகள் சிறைத்தண்டனை மற்றும் ஐந்து லட்சம் ரூபாய் வரை அபராதம் விதிக்கப்படும்.
 - தயாரிப்பு நுகர்வோருக்கு மரணத்தை ஏற்படுத்தினால், ஏழு ஆண்டுகள் சிறைத்தண்டனை விதிக்கப்படும், இது ஆயுள் சிறைத்தண்டனை மற்றும் பத்து லட்சம் ரூபாய்க்கு குறையாத அபராதம்.
3. போலியான பொருட்களை தயாரித்தல், விற்பனை செய்தல் மற்றும் விநியோகம் செய்தமைக்கான தண்டனை:

பிரிவு 91 போலியான பொருட்களை விற்பனை செய்தாலோ, உற்பத்தி செய்தாலோ அல்லது விநியோகம் செய்தாலோ, அத்தகைய செயல்களுக்காகத் தண்டிக்கப்படுவார் என்று கூறுகிறது.

நுகர்வோர் மன்றங்கள் அல்லது நுகர்வோர் நிவர்த்தி கமிஷன்கள் என அழைக்கப்படும் நிவர்த்தி மன்றங்கள், நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்காக நிறுவப்பட்ட நீதித்துறை அமைப்புகள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள், சேவை வழங்குநர்கள், உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது சேவை குறைபாடுகளுக்கு எதிரான குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கான தளத்தை அவர்களுக்கு வழங்குகின்றன. தீர்வு மன்றங்களின் அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் நாடு மற்றும் அதன் குறிப்பிட்ட சட்டங்களைப் பொறுத்து மாறுபடலாம், ஆனால் பொதுவாக இந்த மன்றங்களுடன் தொடர்புடைய சில பொதுவான அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் இங்கே:

தீர்ப்பு: நுகர்வோர் தகராறுகளை தீர்ப்பதற்கும், அந்த விஷயத்தில் தீர்ப்புகள் அல்லது உத்தரவுகளை வழங்குவதற்கும் தீர்வு மன்றங்களுக்கு அதிகாரம் உள்ளது. பழுதடைந்த பொருட்கள், குறைபாடுள்ள சேவைகள்,

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், தவறான விளம்பரங்கள், அதிக கட்டணம் வசூலித்தல் போன்றவை தொடர்பான புகார்களை அவர்கள் கேட்கலாம்.

அதிகார வரம்பு: அவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட புவியியல் பகுதியின் அதிகார வரம்பைக் கொண்டுள்ளனர், பொதுவாக பொருந்தக்கூடிய சட்டங்களால் வரையறுக்கப்படுகிறது. பரிவர்த்தனை அல்லது நடவடிக்கைக்கான காரணம் நடந்த அதிகார வரம்பிற்குள் உள்ள தீர்வு மன்றத்தில் நுகர்வோர் புகார்களைத் தாக்கல் செய்யலாம்.

புகார் தாக்கல்: விற்பனையாளர்கள், உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது சேவை வழங்குநர்களுக்கு எதிராக நுகர்வோர் புகார்களை பதிவு செய்ய பரிகார மன்றங்கள் அனுமதிக்கின்றன. நுகர்வோர் தங்கள் குறைகளை முன்வைத்து உரிய நிவாரணம் பெறுவதற்கு அவை ஒரு தளத்தை வழங்குகின்றன.

மத்தியஸ்தம் மற்றும் சமரசம்: நிவர்த்தி மன்றங்கள் பெரும்பாலும் சர்ச்சையில் ஈடுபட்டுள்ள தரப்பினரிடையே ஒரு தீர்வை மத்தியஸ்தம் செய்ய அல்லது எளிதாக்க முயற்சிக்கின்றன. மத்தியஸ்தம் மற்றும் சமரச செயல்முறைகள் முறையான விசாரணையின் மூலம் சர்ச்சையை சுமுகமாக தீர்ப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன.

வரவழைத்தல் மற்றும் விசாரணை: சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினர் உட்பட சாட்சிகளை வரவழைத்து, உறுதிமொழி அல்லது உறுதிமொழியின் கீழ் அவர்களை விசாரிக்கும் அதிகாரம் தீர்வு மன்றங்களுக்கு உள்ளது. இதன் மூலம் அவர்கள் ஆதாரங்களை சேகரிக்கவும், சர்ச்சை தொடர்பான தொடர்புடைய தகவல்களைப் பெறவும் முடியும்.

சான்றுகள் மற்றும் ஆவணங்கள்:

தீர்வு மன்றங்கள் சர்ச்சையில் ஈடுபட்டுள்ள தரப்பினரால்

முன்வைக்கப்பட்ட ஆதாரங்களைப் பெறலாம் மற்றும் பரிசீலிக்கலாம். இதில் ஆவணங்கள், சாட்சிகள் சாட்சியங்கள், நிபுணர்களின் கருத்துக்கள் மற்றும் புகாரைத் தீர்ப்பதில் உதவக்கூடிய பிற தொடர்புடைய சான்றுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

இழப்பீடு மற்றும் பரிகாரம்:

தீர்வு மன்றம் நுகர்வோருக்கு ஆதரவாக இருந்தால், இழப்பீடு வழங்குவோ அல்லது தகுந்த தீர்வுகளை வழங்குவோ அவர்களுக்கு அதிகாரம் உள்ளது. செலுத்தப்பட்ட தொகையைத் திரும்பப் பெறுதல், பழுதடைந்த தயாரிப்பை மாற்றுதல், மன வேதனைக்கான இழப்பீடு அல்லது சேவை வழங்குநர் அல்லது உற்பத்தியாளரால் சரிசெய்தல் நடவடிக்கைகளுக்கு உத்தரவிடுதல் ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

உத்தரவுகளை அமல்படுத்துதல்:

தீர்வு மன்றங்கள் தங்கள் உத்தரவுகளை அல்லது தீர்ப்புகளை அமல்படுத்த அதிகாரம் பெற்றுள்ளன. குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் அந்த முடிவுக்கு இணங்கவும் தேவையான நடவடிக்கைகளை எடுக்கவும் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருக்கு அவர்கள் உத்தரவுகளை வழங்கலாம்.

நுகர்வோர் கல்வி: நுகர்வோர் கல்வியில் விழிப்புணர்வு நிகழ்ச்சிகளை நடத்துதல், வழிகாட்டுதல்களை வெளியிடுதல் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய தகவல்களைப் பரப்புதல் ஆகியவற்றின் மூலம் நிவர்த்தி மன்றங்கள் பெரும்பாலும் பங்கு வகிக்கின்றன.

நாடு, அதிகார வரம்பு மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பை நிர்வகிக்கும் சட்டம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் தீர்வு மன்றங்களின் குறிப்பிட்ட

அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் மாறுபடும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். உங்கள் பகுதியில் உள்ள தீர்வு மன்றங்களின் அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் பற்றிய விரிவான புரிதலுக்கு, உங்கள் குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தில் தொடர்புடைய சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கலந்தாலோசிப்பது நல்லது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019ல் இருந்து நுகர்வோர் எவ்வாறு பயனடைகிறார்கள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 என்பது நுகர்வோருக்கு நன்மை பயக்கும் வகையில் கொண்டு வரப்பட்ட ஒரு குறிப்பிடத்தக்க சட்டமாகும். இந்த சட்டம் நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்கள் தொடர்பான பாதுகாப்பின் நோக்கத்தை விரிவுபடுத்துகிறது.

1. **நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்கள்:** சட்டத்தின் கீழ் 'நியாயமற்ற ஒப்பந்தம்' அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. 2(46) சட்டத்தின், ஒப்பந்தக் கடமைகளை நிறைவேற்றுவதற்காக நுகர்வோர் அளிக்கும் அதிகப்படியான பாதுகாப்பு வைப்புத் தொகைகள் தேவைப்படும் ஒப்பந்தங்களை உள்ளடக்கியது. எவ்வாறாயினும், சட்டத்தில் நியாயமற்ற ஒப்பந்தங்களைச் சேர்ப்பதன் மூலம், நுகர்வோர் இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில் புகார்களைப் பதிவு செய்ய முடியும் மற்றும் மோசடி வணிகங்களைக் கட்டுக்குள் வைத்திருக்க முடியும்.
2. **பிராந்திய அதிகார வரம்பு:** புகார்தாரர் வசிக்கும் அல்லது தனிப்பட்ட முறையில் ஆதாயத்திற்காகப் பணிபுரியும் நுகர்வோர் புகார்களைப் பதிவு செய்ய இந்தச் சட்டம் உதவுகிறது.
3. **தவறான மற்றும் தவறான விளம்பரங்கள்:** இந்தச் சட்டம் 'தவறான மற்றும் தவறாக வழிநடத்தும் விளம்பரங்கள்' என்ற சொல்லை வரையறுக்கிறது மேலும் இதுபோன்ற செயல்கள் அல்லது தவறுகளுக்கு கடுமையான

தண்டனைகளையும் விதிக்கிறது.

4. தயாரிப்பு பொறுப்பு: தயாரிப்பு பொறுப்பு என்ற சொல் இந்தச் சட்டத்தால் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. இது தயாரிப்பு உற்பத்தியாளர், சேவை வழங்குநர் அல்லது விற்பனையாளரின் கடமை என்று கூறுகிறது. அத்தகைய குறைபாடுள்ள தயாரிப்பு அல்லது நுகர்வோருக்கு வழங்கப்படும் சேவையால் நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் தீங்குகளை ஈடுசெய்வது.
5. மத்தியஸ்தம் மற்றும் மாற்று தகராறு தீர்வு: நுகர்வோர் தகராறுகளை விரைவாகவும் திறமையாகவும் தீர்ப்பதற்கு மத்தியஸ்தம் மற்றும் மாற்று தகராறு தீர்க்கும் வழிமுறைகளைத் தேர்வுசெய்ய நுகர்வோருக்கு சட்டம் உதவுகிறது.
6. புகார்களை மின்-தாக்கல்: இந்தச் சட்டம் புகார்களை மின்-நிரப்புதல் மற்றும் வீடியோ மாநாட்டு விசாரணைகளை ஆணையத்தால் கோருவதற்கும் உதவுகிறது. இதனால், நுகர்வோர் தங்கள் குறைகளைக் கூறுவதற்கு வசதியான வழிகளை வழங்குகிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 இன் கீழ் தீர்வு முகமைகள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019 இன் படி, நுகர்வோர் என்பது எந்தவொரு பொருளையும் வாங்கும் அல்லது எந்தவொரு சேவையையும் கருத்தில் கொண்டு, பணம் செலுத்தப்பட்ட அல்லது செலுத்துவதாக உறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஓரளவு செலுத்தப்பட்ட அல்லது ஓரளவு வாக்குறுதியளிக்கப்பட்ட அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டணத் திட்டத்தின் கீழ் இருப்பவர். ஒரு நுகர்வோர் வாங்குபவரின் ஒப்புதலுடன் பொருட்களைப் பயன்படுத்தும் நபர் அல்லது சேவையின் பயனாளியை உள்ளடக்குகிறார் மற்றும் ஆன்லைன் மற்றும் இரண்டிற்கும் பொருந்தும்

டெலிஷாப்பிங் அல்லது நேரடி விற்பனை அல்லது மல்டிலெவல் மார்க்கெட்டிங் போன்ற மின்னணு வழிமுறைகள் மூலம் ஆஃப்லைன் பரிவர்த்தனைகள்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் தீர்வு முகமைகள் அல்லது மூன்று அடுக்கு குறைகளை தீர்க்கும் இயந்திரங்கள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 இன் கீழ் மூன்று தீர்வு முகமைகள் மாவட்ட ஆணையம், மாநில ஆணையம் மற்றும் தேசிய ஆணையம் ஆகும்.

1. மாவட்ட ஆணையம்

ஒரு மாவட்ட ஆணையத்தில் ஒரு தலைவர் (மாவட்ட நீதிமன்றத்தின் பணிபுரியும் அல்லது ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியாக இருக்கலாம்) மற்றும் இரண்டு உறுப்பினர்களும் அடங்குவர். அவர்கள் மாநில அரசால் நியமிக்கப்படுகிறார்கள். இந்த ஏஜென்சியில் ₹1 கோடி அல்லது அதற்கும் குறைவான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு ஒருவர் புகார் அளிக்கலாம். தாக்கல் செய்யப்பட்ட புகார்களுக்கு, மாவட்ட ஆணையம் தேவை என உணர்ந்தால், அது பொருட்களை ஆய்வகத்திற்கு சோதனைக்காக அனுப்புகிறது மற்றும் ஆய்வக அறிக்கை மற்றும் உண்மைகளின் அடிப்படையில் அதன் முடிவை வழங்குகிறது.

மாவட்ட ஆணையத்தின் அதிகார வரம்பில் பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினர் மகிழ்ச்சியடையவில்லை என்றால், அவர்கள் 45 நாட்களுக்குள் மாநில ஆணையத்தில் இந்த அமைப்பின் தீர்ப்புக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

2. மாநில ஆணையம்

ஒரு மாநில ஆணையத்தில் ஒரு தலைவர் (உயர்நீதிமன்றத்தின் பணிபுரியும் அல்லது ஓய்வுபெற்ற நீதிபதியாக இருக்க வேண்டும்) மற்றும் குறைந்தது இரண்டு உறுப்பினர்களாவது அடங்குவர். அவர்கள் மாநில அரசால் நியமிக்கப்படுகிறார்கள். இந்த ஏஜென்சியில் ₹10 கோடிக்கும் குறைவான மற்றும் ₹1 கோடிக்கு மேல் மதிப்புள்ள பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்து ஒருவர் புகார் அளிக்கலாம்.

பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினரிடமிருந்து புகாரைப் பெற்ற பிறகு, மாநில ஆணையம் புகார் அளிக்கப்பட்ட கட்சியைத் தொடர்பு கொள்கிறது. மேலும், தாக்கல் செய்யப்பட்ட புகார்களுக்கு, மாநில ஆணையம் தேவை என உணர்ந்தால், பரிசோதனைக்காக பொருட்களை ஆய்வகத்திற்கு அனுப்புகிறது.

பாதிக்கப்பட்ட தரப்பு மாநில ஆணையத்தின் அதிகார வரம்பில் திருப்தி அடையவில்லை என்றால், அபராதத் தொகையில் 50% டெபாசிட் செய்து 30 நாட்களுக்குள் தேசிய ஆணையத்தில் இந்த ஏஜென்சியின் தீர்ப்புக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

3. தேசிய ஆணையம்

ஒரு தேசிய ஆணையத்தில் ஒரு தலைவரும் மற்ற நான்கு உறுப்பினர்களும் அடங்குவர், அவர்களில் ஒருவர் ஒரு பெண்ணாக இருக்க வேண்டும், அவர்களை மத்திய அரசு நியமிக்கும். இந்த ஏஜென்சியில் ₹10 கோடிக்கு மேல் மதிப்புள்ள பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்து ஒருவர் புகார் அளிக்கலாம். பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினரிடமிருந்து புகாரைப் பெற்ற பிறகு, தேசிய ஆணையம் புகார் அளிக்கப்பட்ட கட்சிக்கு தெரிவிக்கிறது. மேலும், தாக்கல் செய்யப்பட்ட புகார்களுக்கு, மாநில ஆணையம் தேவை என உணர்ந்தால், அது பொருட்களை ஆய்வகத்திற்கு சோதனைக்கு அனுப்புகிறது. பின்னர் அறிக்கைகளின் அடிப்படையில் தீர்ப்பை வழங்குகிறது.

தேசிய ஆணையத்தின் அதிகார வரம்பில் பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினர் மகிழ்ச்சியடையவில்லை என்றால், அபராதத் தொகையில் 50% டெபாசிட் செய்து 30 நாட்களுக்குள் உச்ச நீதிமன்றத்தில் இந்த ஏஜென்சியின் தீர்ப்புக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 2019 இன் கீழ் புகார் பதிவு செய்தல்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 2019 நுகர்வோரின் நலன்களை ஊக்குவிக்கும் அதே வேளையில், நுகர்வோர் தகராறுகளைத் திறம்பட மற்றும் பயனுள்ள தீர்வுக்கு வழங்குகிறது. புகார்களை ஆன்லைனில் தாக்கல் செய்வது மற்றும் தியான நடைமுறைகளை அறிமுகப்படுத்துவது நுகர்வோர் வழக்குகளை விரைவாக தீர்ப்பதற்கான ஒரு படியாகும் மற்றும் நுகர்வோர் தகராறுகளை டிஜிட்டல் மயமாக்குவதற்கான ஒரு பெரிய படியாகும்.

புகார்களை தாக்கல் செய்வதற்கான வழிமுறை:

CPA இன் பிரிவு 2 பிரிவு 6ன் கீழ், 2019 புகார் பின்வருமாறு வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது:

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், பொருட்களில் உள்ள குறைபாடுகள், சேவை குறைபாடு, பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் அதிக விலை, அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனை செய்தல் மற்றும் தயாரிப்பு பொறுப்பு ஆகியவற்றில் சட்டத்தின் கீழ் வழங்கப்படும் நிவாரணம் பெறுவதற்காக புகார்தாரரால் எழுதப்பட்ட எந்தவொரு குற்றச்சாட்டும்

புகார் அளிக்க யாருக்கு அதிகாரம் உள்ளது?

நியமிக்கப்பட்ட அதிகாரிகளுக்கு முன் புகார் அளிக்கலாம்:

- ஒரு நுகர்வோர்
- தற்போதைக்கு நடைமுறையில் உள்ள எந்தவொரு சட்டத்தின் கீழ் பதிவுசெய்யப்பட்ட எந்தவொரு தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கமும்
- மத்திய அரசு அல்லது மாநில அரசு
- மத்திய ஆணையம்
- ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர், ஒரே ஆர்வமுள்ள பல நுகர்வோர் இருக்கும் இடத்தில்

- ஒரு நுகர்வோர் இறந்தால், அவரது சட்டப்பூர்வ வாரிசு அல்லது பிரதிநிதி
 - ஒரு சிறார் விஷயத்தில், அவரது பெற்றோர் அல்லது சட்டப்பூர்வ பாதுகாவலர்
 - நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் வழக்கறிஞர் ஆஜராக வேண்டிய அவசியம் இல்லை என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. நுகர்வோர் தங்கள் புகார்களை தாங்களாகவோ அல்லது ஒரு பிரதிநிதி மூலமாகவோ தாக்கல் செய்து பிரதிநிதித்துவப்படுத்தலாம்.
 - புகார் முறை:
 - ஒரு புகாரை எழுத்து வடிவிலோ அல்லது அரசு மூலமாகவோ பதிவு செய்யலாம். போர்ட்டல் @ <https://consumerhelpline.gov.in/> அல்லது NCH ஆப், உமாங் ஆப் அல்லது நுகர்வோர் ஆப் போன்ற இந்திய அரசாங்கத்தால் தொடங்கப்பட்ட மொபைல் ஆப்ஸ் மூலம் வழங்கப்படுகிறது.
- புகாரின் நிலையை ஆன்லைனில் சரிபார்க்கலாம் மற்றும் புகாரைச் சமர்ப்பிப்பதற்கான கட்டணத்தை ஆன்லைன் பேமெண்ட் போர்டல் மூலமாகவும் சமர்ப்பிக்கலாம்.
- நுகர்வோர் புகார்களைத் தெரிவிக்கும்போது மனதில் கொள்ள வேண்டிய விஷயங்கள் தலைமை நிர்வாக அதிகாரி அறிவிப்பை வெளியிடவும்:
- புகாரைத் தாக்கல் செய்வதற்கு முன், வழங்கப்படும் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளில் உள்ள குறைபாடுகள்/குறைபாடுகளைக் கோட்டுக் காட்டி, எதிரணிக்கு ஒரு அறிவிப்பை அனுப்புவது பரிந்துரைக்கப்படுகிறது. கட்சிகள் ஒரு உடன்பாட்டை எட்ட முடியாவிட்டால், புகார்தாரர் அதிகார வரம்பு அதிகாரம்/மன்றத்தில் புகார் அளிக்கலாம்.
- அதிகார வரம்பைத் தீர்மானித்தல்
 - பணவியல் அதிகார வரம்பு

CPA, 2019 இன் கீழ் பண அதிகார வரம்பு மாற்றியமைக்கப்பட்டுள்ளது. புதிய

சட்டத்தின்படி, பண வரம்புப் பட்டி பின்வருமாறு உள்ளது

1. மாவட்ட ஆணையம்: தொகை 1 கோடிக்கு மிகாமல்
2. மாநில கமிஷன்: 1 கோடி - 10 கோடி ரூபாய்
3. தேசிய கமிஷன்: ரூபாய் 10 கோடிக்கு மேல்

பிராந்திய அதிகார வரம்பு:

CPA,2019 இன் படி, நுகர்வோர் வசிக்கும் இடத்தில் அல்லது தனிப்பட்ட முறையில் ஆதாயங்களுக்காக வேலை செய்யும் இடத்திலும், எதிர் தரப்பினர் வசிக்கும் இடத்திலும் அல்லது வியாபாரம் செய்யும் இடத்திலும் புகார் அளிக்கலாம். நடவடிக்கைக்கான காரணம் முழுவதுமாகவோ அல்லது பகுதியாகவோ இருந்தால் புகாரையும் பதிவு செய்யலாம்.

புகார் சமர்ப்பிப்பு:

ஆன்லைனில் அல்லது நேரில் புகார் அளிக்கலாம். இது புகார்தாரரால் அல்லது அவரது பிரதிநிதியால் நேரில் சமர்ப்பிக்கப்படலாம். நீதிமன்ற கட்டணத்துடன் பதிவு தபால் மூலமாகவும் அனுப்பலாம்.

புகாரின் மூன்று பிரதிகள் சமர்ப்பிக்கப்பட வேண்டும், அதில் ஒன்று உத்தியோகபூர்வ நோக்கத்திற்காகத் தக்கவைக்கப்படுகிறது, ஒன்று எதிர் தரப்பினருக்கு அனுப்பப்படுகிறது மற்றும் ஒன்று புகார்தாரருக்கு அனுப்பப்படுகிறது. எதிர் தரப்பினரின் எண்ணிக்கை அதிகரித்தால், புகாரின் கூடுதல் நகல்கள் அவசியம்.

புகாரின் உள்ளடக்கம்:

புகாரில் பின்வரும் தகவல்கள் இருக்க வேண்டும்:

- புகார்தாரரின் பெயர், விளக்கம் மற்றும் முகவரி
- எதிர் கட்சி அல்லது கட்சிகளின் பெயர், விளக்கம் மற்றும் முகவரி
- புகார் எப்போது, எங்கு நடந்தது போன்ற உண்மைகள்
- குற்றச்சாட்டுகள் ஏதேனும் இருந்தால், அதை ஆதரிக்கும் ஆவணங்கள்
- சர்ச்சையின் விவரக்குறிப்புகள்: பொருட்களில் உள்ள குறைபாடு/சேவையில் குறைபாடு
- நிவாரணம் தேடப்படுகிறது

புகார்/மேல்முறையீடு செய்வதற்கான வரம்பு:

நடவடிக்கைக்கான காரணம் எழுந்த தேதியிலிருந்து இரண்டு ஆண்டுகளுக்குள் புகார் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும். இது சேவையின் பற்றாக்குறை அல்லது தயாரிப்புகளில் குறைபாடு கண்டறியப்பட்ட நாளிலிருந்து இரண்டு ஆண்டுகள் ஆகும். இது நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தின் கீழ் புகாரை தாக்கல் செய்வதற்கான வரம்புகளின் சட்டம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

மாவட்ட ஆணையத்தின் உத்தரவில் இருந்து 30 நாட்களுக்குள் மாநில கமிஷன் முன்பு மேல்முறையீடு செய்ய வேண்டும் மற்றும் கீழ் மன்றத்தின் உத்தரவில் இருந்து 30 நாட்களுக்குள் தேசிய கமிஷன் முன் மேல்முறையீடு செய்ய வேண்டும் மற்றும் நேஷனல் கமிஷனின் உத்தரவை எதிர்த்து உச்ச நீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடு செய்ய வேண்டும். 45 நாட்களுக்குள் இருக்க வேண்டும்.

நீதிமன்ற கட்டணம்:

மாவட்ட கமிஷன் முன் 5 லட்சம் ரூபாய் பரிசீலிக்கப்படும் வரை நீதிமன்ற கட்டணம் பூஜ்யமாக இருக்கும். மாநில கமிஷனைப் பொறுத்தவரை, நீதிமன்ற

கட்டணம் 2,500 ரூபாய்

6,000 ரூபாயாக இருந்தாலும், தேசிய கமிஷன் வழக்கில் நீதிமன்ற கட்டணம் 7,500 ரூபாய்.

மாநில கமிஷன் அல்லது தேசிய கமிஷன் முன் மேல்முறையீடு செய்தால், குறைந்த கமிஷன் அனுப்பிய மொத்த விருதுத் தொகையில் 50% டெபாசிட் செய்ய வேண்டும்.

மாற்று தகராறு பொறிமுறை:

CPA, 2019 இன் கீழ் மத்தியஸ்த செயல்முறையின் வருகையுடன், நுகர்வோர் பிரச்சினைகளை விரைவாக தீர்க்க முடியும். கட்சிகளுக்கிடையில் பிரச்சினையைத் தீர்ப்பதற்கான வாய்ப்பு இருப்பதாக ஆணையம் நம்பினால், வழக்கு மத்தியஸ்தப் பிரிவுக்கு அனுப்பப்படலாம் அல்லது எந்த ஒரு தரப்பினரும் மாவட்டம், மாநிலம் அல்லது தேசிய ஆணையத்திற்கு முறையான கோரிக்கையை சமர்ப்பிக்கலாம்.

பின்பற்ற வேண்டிய செயல்முறை:

பின்பற்ற வேண்டிய நடைமுறை கட்சிகளால் பரஸ்பரம் ஏற்றுக்கொள்ளப்படலாம். கட்சிகள் ஒரு உடன்பாட்டை எட்ட முடியாவிட்டால், மத்தியஸ்தர் கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ள நடைமுறையைப் பின்பற்றுவார்:

- அனைத்து தரப்பினரும் இருக்க வேண்டிய நேரம், தேதி மற்றும் இடம்

ஆகியவற்றை மத்தியஸ்தர் தேர்வு செய்வார்.

- மத்தியஸ்த நடவடிக்கைகள் மாவட்டம், மாநிலம் அல்லது தேசிய ஆணையத்துடன் இணைக்கப்பட்ட மத்தியஸ்தக் குழுவில் நடத்தப்படலாம், மேலும் கட்சிகளின் கூட்டுதனி அமர்வுகள் நடத்தப்படலாம்.
- அமர்வைத் தொடர்ந்து 10 நாட்களுக்குள், இரு தரப்பினரும் மத்தியஸ்தர் மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட பிற தரப்பினருக்குத் தீர்க்கப்பட வேண்டிய சிக்கல்களைக் கோடிட்டுக் காட்டும் கவலைகள் பற்றிய குறிப்பாணையை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.
- மத்தியஸ்தர் கட்சிகளுக்கு இடையே ஒருமித்த தீர்மானத்தை ஊக்குவிக்க வேண்டும், கட்சிகளின் கருத்துக்களை தெரிவிக்க வேண்டும், மேலும் இரு தரப்பினரும் மத்தியஸ்தருக்கு வழங்கப்பட்ட தேவையான தகவல்களைப் பயன்படுத்தி சிக்கலைத் தீர்ப்பதில் கட்சிகளுக்கு உதவ வேண்டும். கட்சிகள் 30 நாட்களுக்குள் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய தீர்வை எட்ட வேண்டும்.
- கட்சிகள் ஒரு உடன்பாட்டை எட்டினால், அது எழுத்துப்பூர்வமாக குறைக்கப்பட்டு இரு தரப்பினரும் மற்றும் மத்தியஸ்தரும் கையெழுத்திட வேண்டும். மத்தியஸ்தரும் தீர்வு குறித்த முழுமையான அறிக்கையை சம்பந்தப்பட்ட கமிஷனுக்கு வழங்க வேண்டும்.
- கட்சிகள் ஒரு உடன்பாட்டை அடைய முடியாவிட்டால், மத்தியஸ்தருக்கு ஒரு

அறிக்கையை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்

- உடன்படிக்கையை எட்டத் தவறியதற்கான காரணங்களை ஆணையம் கோடிட்டுக் காட்டுகிறது.

புகார்களை தாக்கல் செய்யும் நடைமுறை

நீங்கள் கையாளும் அதிகார வரம்பு மற்றும் குறிப்பிட்ட தீர்வு மன்றத்தைப் பொறுத்து புகாரைப் பதிவு செய்வதற்கான நடைமுறை மாறுபடலாம். எவ்வாறாயினும், தீர்வு மன்றத்தில் புகாரை தாக்கல் செய்வதில் உள்ள படிகளின் பொதுவான அவுட்லைன் இங்கே உள்ளது:

பொருத்தமான மன்றத்தை அடையாளம் காணவும்: உங்கள் புகாரின் தன்மையின் அடிப்படையில் தொடர்புடைய தீர்வு மன்றத்தைத் தீர்மானிக்கவும். இது மாவட்ட நுகர்வோர் மன்றம், மாநில நுகர்வோர் ஆணையம், தேசிய நுகர்வோர் ஆணையம் அல்லது வேறு ஏதேனும் நியமிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி செய்யும் அமைப்பாக இருக்கலாம்.

தேவையான ஆவணங்களைத் தயாரிக்கவும்: உங்கள் புகாருடன் தொடர்புடைய அனைத்து ஆவணங்களையும் சேகரிக்கவும். இதில் விலைப்பட்டியல்கள், ரசீதுகள், உத்தரவாதங்கள், விற்பனையாளர் அல்லது சேவை வழங்குநருடனான கடிதப் போக்குவரத்து, பணம் செலுத்தியதற்கான சான்றுகள் மற்றும் உங்கள் வழக்கை வலுப்படுத்தும் பிற ஆதாரங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

புகார் வரைவு: உங்கள் குறையின் விவரங்களை விளக்கும் தெளிவான மற்றும்

சுருக்கமான எழுத்துப்பூர்வ புகாரைத் தயாரிக்கவும். பரிவர்த்தனையின் தேதி மற்றும் தன்மை, விற்பனையாளர் அல்லது சேவை வழங்குநரின் விவரங்கள், எதிர்கொள்ளும் சிக்கல் மற்றும் கோரப்பட்ட நிவாரணம் போன்ற முக்கியமான தகவல்களைச் சேர்க்கவும். உண்மையாக இருங்கள் மற்றும் நிகழ்வுகளின் காலவரிசை கணக்கை வழங்கவும்.

துணை ஆவணங்களை இணைக்கவும்: உங்கள் புகாருக்கு ஆதாரமாக தொடர்புடைய அனைத்து ஆவணங்களின் நகல்களையும் இணைக்கவும். எளிதான குறிப்புக்காக அவற்றை ஒரு முறையான முறையில் ஒழுங்கமைப்பதை உறுதிசெய்யவும்.

புகாரைச் சமர்ப்பியுங்கள்: புகாரை துணை ஆவணங்களுடன் உரிய தீர்வு மன்றத்தில் சமர்ப்பிக்கவும். ஏதேனும் இருந்தால், தாக்கல் செய்யும் கட்டணம் குறித்து கவனம் செலுத்துங்கள், மேலும் புகாரைச் சமர்ப்பிப்பதற்கான பரிந்துரைக்கப்பட்ட வடிவம் அல்லது வழிகாட்டுதல்களுடன் நீங்கள் இணங்குவதை உறுதிசெய்யவும்.

ஒப்புக்கை மற்றும் வழக்கு பதிவு: உங்கள் புகாரைப் பெற்றவுடன், தீர்வு மன்றம் ரசீதை ஒப்புக்கொண்டு வழக்கு எண்ணை ஒதுக்கும். உங்கள் புகார் தொடர்பான அனைத்து தகவல்தொடர்புகளிலும் எதிர்கால குறிப்புக்காக இந்த எண் பயன்படுத்தப்படும்.

எதிர் தரப்பினருக்கு அறிவிப்பு: உங்கள் புகாரில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எதிர் தரப்பினருக்கு (விற்பனையாளர், உற்பத்தியாளர் அல்லது சேவை வழங்குநர்) தீர்வு மன்றம் ஒரு நோட்டீஸை அனுப்பி, குறையைப் பற்றி அவர்களுக்குத் தெரிவித்து, குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் பதிலளிக்கும்படி கேட்கும்.

ஆவணங்கள் மற்றும் ஆதாரங்களின் பரிமாற்றம்: புகார் தொடர்பான ஆவணங்கள் மற்றும் ஆதாரங்களை இரு தரப்பினரும் பரிமாறிக் கொள்ள வாய்ப்பு கிடைக்கும். வழக்கின் நியாயமான மற்றும் முழுமையான பரிசீலனைக்கு, அனைத்து

தொடர்புடைய தகவல்களும் தீர்வு மன்றத்திற்கு கிடைப்பதை இது உறுதி செய்கிறது.

விசாரணைகள் மற்றும் நடவடிக்கைகள்: தீர்வு மன்றம் விசாரணைகளை திட்டமிடும், அங்கு இரு தரப்பினரும் தங்கள் வாதங்களை முன்வைக்கலாம், விளக்கங்களை வழங்கலாம் மற்றும் தேவைப்பட்டால் சாட்சிகளை ஆஜர்படுத்தலாம். விவாதத்தை சமரசமாகத் தீர்ப்பதற்கு மன்றம் மத்தியஸ்தம் அல்லது சமரச முயற்சியையும் செய்யலாம்.

தீர்ப்பு அல்லது உத்தரவு: வாதங்கள், சான்றுகள் மற்றும் தொடர்புடைய சட்டங்களை பரிசீலித்த பிறகு, தீர்வு மன்றம் ஒரு தீர்ப்பு அல்லது உத்தரவை வழங்கும். இந்த முடிவு, கண்டுபிடிப்புகளை கோடிட்டுக் காட்டும், நிவாரணம் அல்லது இழப்பீடு (பொருந்தினால்) வழங்கும், மேலும் குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் தீர்மானத்துடன் இணங்குமாறு கட்சிகளை வழிநடத்தும்.

உங்கள் அதிகார வரம்பில் உள்ள தீர்வு மன்றத்தின் குறிப்பிட்ட விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகளைக் கலந்தாலோசிப்பது முக்கியம், ஏனெனில் அவை தாக்கல் செய்யும் செயல்பாட்டில் கூடுதல் தேவைகள் அல்லது மாறுபாடுகள் இருக்கலாம்.

வணிகங்கள் மற்றும் சேவை வழங்குநர்கள் தொடர்புடைய சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்வதன் மூலமும், நுகர்வோர் தங்கள் புகார்கள் மற்றும் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கான வழிமுறைகளை வழங்குவதன் மூலமும் நுகர்வோர் நிவர்த்தி செய்வதில் ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றனர். நுகர்வோர் திருத்தத்தில் ஈடுபட்டுள்ள ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே:

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு முகமைகள்: நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்காக தேசிய, மாநில அல்லது உள்ளூர் மட்டத்தில் இந்த ஏஜென்சிகள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் புகார்களை விசாரிக்கவும், தகராறுகளை

மத்தியஸ்தம் செய்யவும், நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களை மீறும் வணிகங்களுக்கு எதிராக சட்ட நடவடிக்கை எடுக்கவும் அவர்களுக்கு பெரும்பாலும் அதிகாரம் உள்ளது. அமெரிக்காவில் உள்ள நுகர்வோர் நிதிப் பாதுகாப்புப் பணியகம் (CFPB) மற்றும் அயர்லாந்தில் உள்ள போட்டி மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம் (CCPC) ஆகியவை எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

நிதி ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள்: இந்த அதிகாரிகள் நிதித் துறையை மேற்பார்வையிடுகின்றனர் மற்றும் வங்கி, காப்பீடு, முதலீடுகள் மற்றும் பிற நிதிச் சேவைகள் தொடர்பான நுகர்வோர் புகார்களை நிவர்த்தி செய்கின்றனர். நுகர்வோர் குறைகளைக் கையாள அவர்கள் குறிப்பிட்ட குறைதீர்ப்புத் திட்டங்கள் அல்லது சர்ச்சைத் தீர்வு வழிமுறைகளைக் கொண்டிருக்கலாம். யுனைடெட் கிங்டமில் உள்ள நிதி நடத்தை ஆணையம் (FCA) மற்றும் அமெரிக்காவில் உள்ள நுகர்வோர் நிதி பாதுகாப்பு பணியகம் (CFPB) ஆகியவை எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

தொலைத்தொடர்பு ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள்: இந்த அதிகாரிகள் தொலைத்தொடர்புத் துறையை ஒழுங்குபடுத்துகின்றனர் மற்றும் மொபைல் போன்கள், இணைய சேவைகள் மற்றும் கேபிள் டிவி போன்ற தொலைத்தொடர்பு சேவைகள் தொடர்பான நுகர்வோர் புகார்களைக் கையாளுகின்றனர். அவை நியாயமான நடைமுறைகளை உறுதி செய்கின்றன, சர்ச்சைகளைத் தீர்க்கின்றன மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விதிமுறைகளை அமல்படுத்துகின்றன. எடுத்துக்காட்டுகளில் அமெரிக்காவில் உள்ள ஃபெடரல் கம்யூனிகேஷன்ஸ் கமிஷன் (FCC) மற்றும் ஆஸ்திரேலியாவில் உள்ள ஆஸ்திரேலிய தகவல் தொடர்பு மற்றும் ஊடக ஆணையம் (ACMA) ஆகியவை அடங்கும்.

பயன்பாட்டு ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள்: இந்த அதிகாரிகள் மின்சாரம், தண்ணீர் மற்றும் எரிவாயு வழங்குநர்கள் போன்ற பொதுப் பயன்பாடுகளை மேற்பார்வையிடுகின்றனர். பில்லிங், சேவைத் தடங்கல்கள், தரச் சிக்கல்கள் மற்றும்

வில்லைச் சிக்கல்கள் தொடர்பான நுகர்வோர் புகார்களை அவை நிவர்த்தி செய்கின்றன. எடுத்துக்காட்டுகளில் அமெரிக்காவில் உள்ள பொதுப் பயன்பாட்டு ஆணையம் (PUC) மற்றும் ஐக்கிய இராச்சியத்தில் உள்ள எரிவாயு மற்றும் மின்சார சந்தைகளின் அலுவலகம் (Ofgem) ஆகியவை அடங்கும்.

சுகாதார ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகள்: இந்த அதிகாரிகள் மருத்துவமனைகள், கிளினிக்குகள் மற்றும் மருந்து நிறுவனங்கள் உட்பட சுகாதார சேவைகளை ஒழுங்குபடுத்துகின்றனர். அவை பாதுகாப்புத் தரங்களுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்கின்றன, மருத்துவ அலட்சியம் தொடர்பான புகார்களைக் கையாள்கின்றன மற்றும் பாதுகாக்கின்றன

சுகாதாரத் துறையில் நுகர்வோர் உரிமைகள். அமெரிக்காவில் உணவு மற்றும் மருந்து நிர்வாகம் (FDA) மற்றும் யுனைடெட் கிங்டமில் உள்ள மருந்துகள் மற்றும் சுகாதாரப் பொருட்கள் ஒழுங்குமுறை நிறுவனம் (MHRA) ஆகியவை எடுத்துக்காட்டுகளில் அடங்கும்.

நுகர்வோர் திருத்தத்தில் ஈடுபட்டுள்ள ஒழுங்குமுறை அதிகாரிகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இவை. குறிப்பிட்ட ஒழுங்குமுறை அமைப்புகளும் அவற்றின் பாத்திரங்களும் நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடலாம், ஆனால் அவற்றின் பொதுவான குறிக்கோள் நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாப்பது மற்றும் புகார்கள் மற்றும் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கான வழிமுறைகளை வழங்குவதாகும்.

ஓம்புட்ஸ்மேன்

ஓம்புட்ஸ்மேன் என்பது அரசு நிறுவனங்கள் அல்லது நிறுவனங்களுக்கு எதிரான புகார்களை விசாரிக்கவும், சுதந்திரமான மேற்பார்வையை வழங்கவும் நியமிக்கப்பட்ட அதிகாரி. "ஓம்புட்ஸ்மேன்" என்ற சொல் ஸ்வீடனில் தோன்றியது மற்றும் உலகம் முழுவதும் பல நாடுகளில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

தகராறுகள் அல்லது குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கு தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்கள் நியாயமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற செயல்முறையைக் கொண்டிருப்பதை உறுதி செய்வதே குறைதீர்ப்பாளரின் பணியாகும். அவர்கள் பொது அல்லது குறிப்பிட்ட பங்குதாரர்களின் நலன்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் ஒரு நடுநிலை மூன்றாம் தரப்பினராகச் செயல்படுகிறார்கள், மேலும் நியாயமான மற்றும் சமமான ஒரு தீர்வைக் கண்டறிவதில் வேலை செய்கிறார்கள்.

ஒரு குறைதீர்ப்பாளரின் குறிப்பிட்ட பொறுப்புகள் மற்றும் அதிகாரங்கள் அவர்கள் பணியாற்றும் அதிகார வரம்பு மற்றும் நிறுவனத்தைப் பொறுத்து மாறுபடும். இருப்பினும், ஒம்புட்ஸ்மேனின் சில பொதுவான செயல்பாடுகள் பின்வருமாறு:

புகார்களைப் பெறுதல்: அரசு நிறுவனங்கள், பெருநிறுவனங்கள் அல்லது பிற நிறுவனங்களின் நடவடிக்கைகள் அல்லது முடிவுகள் குறித்த புகார்கள் அல்லது கவலைகளைச் சமர்ப்பிக்க தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்களுக்கு குறைதீர்ப்பாளர்கள் ஒரு சேனலை வழங்குகிறார்கள்.

புகார்களை விசாரணை செய்தல்: புகார்கள் தொடர்பான தகவல்கள் மற்றும் ஆதாரங்களை சேகரிப்பதற்காக சுயாதீன விசாரணைகளை நடத்துவதற்கு ஒம்புட்ஸ்மேன்களுக்கு அதிகாரம் உள்ளது. ஆவணங்களை சமர்ப்பிக்கவும், சாட்சிகளை நேர்காணல் செய்யவும், தகவலறிந்த முடிவை எடுக்க தேவையான தகவல்களை சேகரிக்கவும் அவர்களுக்கு அதிகாரம் இருக்கலாம்.

மத்தியஸ்தம் மற்றும் எளிதாக்குதல்: ஒரு சர்ச்சையில் உள்ள தரப்பினருக்கு பொதுவான நிலையைக் கண்டறிந்து, பரஸ்பரம் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய தீர்வை எட்டுவதற்கு, குறைதீர்ப்பாளர்கள் பெரும்பாலும் மத்தியஸ்தர்களாக அல்லது உதவியாளர்களாகச் செயல்படுகின்றனர். அவர்கள் கூட்டங்களை நடத்தலாம், பேச்சுவார்த்தைகளை எளிதாக்கலாம் மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரிடையே

உரையாடலை ஊக்குவிக்கலாம்.

தகவல் மற்றும் வழிகாட்டுதலை வழங்குதல்: ஒம்புட்ஸ்மேன், உதவி கோரும் தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்களுக்கு தகவல், வழிகாட்டுதல் மற்றும் ஆலோசனைகளை வழங்குகிறார்கள். புகார்தாரர்களுக்குக் கிடைக்கும் உரிமைகள், நடைமுறைகள் மற்றும் விருப்பங்களை அவர்கள் விளக்கலாம் மற்றும் அவர்களின் கவலைகளை எவ்வாறு நிவர்த்தி செய்வது என்பது குறித்த பரிந்துரைகளை வழங்கலாம்.

வக்காலத்து மற்றும் முறையான மேம்பாடுகள்: குறைதீர்ப்பாளர்கள் முறையான சிக்கல்கள் அல்லது புகார்களின் வடிவங்களைக் கண்டறிந்து, கொள்கைகள், நடைமுறைகள் அல்லது மாற்றங்களுக்கு வாதிடலாம்.

எதிர்காலத்தில் இதுபோன்ற பிரச்சினைகள் ஏற்படாமல் தடுக்கும் நடைமுறைகள். அவர்கள் மேற்பார்வையிடும் நிறுவனங்களை மேம்படுத்துவதற்கான பரிந்துரைகளை வழங்கலாம்.

ஒம்புட்ஸ்மேன்கள் பொதுவாக அவர்கள் மேற்பார்வையிடும் நிறுவனங்களிலிருந்து சுயாதீனமானவர்கள் மற்றும் ஒரு காசோலை மற்றும் சமநிலை பொறிமுறையாக செயல்படுவதைக் குறிப்பிடுவது முக்கியம். அரசாங்க நிறுவனங்கள், பெருநிறுவனங்கள் அல்லது பிற நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டில் வெளிப்படைத்தன்மை, பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் நேர்மையை மேம்படுத்துவதே அவர்களின் குறிக்கோள்.

தேசிய, பிராந்திய அல்லது உள்ளூர் நிலைகள் போன்ற அரசாங்கத்தின் பல்வேறு மட்டங்களில் குறைதீர்ப்பாளர்களைக் காணலாம், மேலும் அவர்கள் மனித உரிமைகள், சுகாதாரம், நிதிச் சேவைகள் அல்லது சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு போன்ற குறிப்பிட்ட பகுதிகளில் நிபுணத்துவம் பெற்றிருக்கலாம்.

அலகு IV

நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டங்கள் மற்றும்

நிறுவனங்கள்:

உணவுக் கலப்படம் தடுப்புச் சட்டம், 1954- எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைகள் சட்டம், 1976- மருந்துகள் மற்றும் மந்திர தீர்வுகள் (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரம்) சட்டம் 1954 - நுகர்வோர் அழுத்தம் குழுக்கள்-தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள்- நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் - குறைகளை நிவர்த்தி செய்தல் மற்றும் நிவர்த்தி செய்தல்

நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் உரிமைகள் தொடர்பான பல சட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் உள்ளன. அவற்றில் சில முக்கியமானவை இதோ:

சட்டங்கள்:

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்: பல நாடுகள் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களை இயற்றியுள்ளன, அவை நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை கோடிட்டுக் காட்டுகின்றன மற்றும் வணிக நடைமுறைகளை ஒழுங்குபடுத்துகின்றன. இந்தச் செயல்கள் பொதுவாக தயாரிப்பு பாதுகாப்பு, நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகள் மற்றும் தகராறு தீர்க்கும் வழிமுறைகள் போன்ற பகுதிகளை உள்ளடக்கியது.

நியாயமான கடன் அறிக்கை சட்டம் (FCRA): அமெரிக்காவில், FCRA ஆனது நுகர்வோர் கடன் தகவல்களை சேகரித்தல், பரப்புதல் மற்றும் பயன்படுத்துதல் ஆகியவற்றை ஒழுங்குபடுத்துகிறது. இது நுகர்வோருக்கு அவர்களின் கடன் அறிக்கைகளை அணுகுவதற்கும், தவறான தகவலை மறுப்பதற்கும் மற்றும் அவர்களின் தனியுரிமையைப் பாதுகாப்பதற்கும் உரிமை அளிக்கிறது.

பொது தரவு பாதுகாப்பு ஒழுங்குமுறை (GDPR): ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்ட GDPR ஆனது EU குடிமக்களின் தனியுரிமை மற்றும் தனிப்பட்ட தரவைப் பாதுகாப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. இது வணிகங்களால் தரவு சேகரிப்பு, சேமிப்பு மற்றும் செயலாக்கத்திற்கான விதிகளை நிறுவுகிறது, மேலும் தனிநபர்களுக்கு அவர்களின் தரவு தொடர்பான சில உரிமைகளை வழங்குகிறது.

நுகர்வோர் உரிமைகள் உத்தரவு: இந்த ஐரோப்பிய ஒன்றிய உத்தரவு, தெளிவான தகவல்களைப் பெறுவதற்கான உரிமை, ஒப்பந்தங்களில் இருந்து விலகுவதற்கான உரிமை மற்றும் நியாயமற்ற ஒப்பந்த விதிமுறைகளுக்கு எதிரான பாதுகாப்பு உள்ளிட்ட பல்வேறு நுகர்வோர் உரிமைகளை அமைக்கிறது. ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் உறுப்பு நாடுகள் தங்கள் தேசிய சட்டங்களில் இந்த உரிமைகளை இணைக்க வேண்டும்.

Magnuson-Moss உத்தரவாதச் சட்டம்: அமெரிக்காவில், இந்தச் சட்டம் நுகர்வோர் தயாரிப்புகளுக்கான உத்தரவாதங்களை நிர்வகிக்கிறது. உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் உத்தரவாத விதிமுறைகளை தெளிவாக வெளிப்படுத்த வேண்டும் மற்றும் நியாயமற்ற உத்தரவாத நடைமுறைகளை தடை செய்ய வேண்டும்.

நிறுவனங்கள்:

நுகர்வோர் நிதி பாதுகாப்பு பணியகம் (CFPB): CFPB என்பது நியாயமான மற்றும் வெளிப்படையான நிதி நடைமுறைகளை ஊக்குவிக்கும் ஒரு அமெரிக்க அரசு நிறுவனம் ஆகும். அடமானங்கள், கிரெடிட் கார்டுகள் மற்றும் மாணவர் கடன்கள் போன்ற பகுதிகளில் தவறான நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க வங்கிகள், கடன் வழங்குபவர்கள் மற்றும் பிற நிதி நிறுவனங்களை இது ஒழுங்குபடுத்துகிறது.

ஃபெடரல் டிரேட் கமிஷன் (FTC): FTC என்பது அமெரிக்காவில் உள்ள ஒரு சுயாதீன நிறுவனமாகும், இது நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களைச் செயல்படுத்துகிறது மற்றும் நியாயமான போட்டியை ஊக்குவிக்கிறது. இது நுகர்வோருக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் ஏமாற்றும் அல்லது நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளை விசாரித்து நடவடிக்கை எடுக்கிறது.

ஐரோப்பிய நுகர்வோர் மையம் (ECC): ECC என்பது ஐரோப்பிய ஒன்றியம் முழுவதும் உள்ள நிறுவனங்களின் வலையமைப்பாகும், இது நுகர்வோருக்கு அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் எல்லை தாண்டிய தகராறுகள் தொடர்பாக உதவி மற்றும் தகவல்களை வழங்குகிறது. இது மற்ற ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகளில் உள்ள வர்த்தகர்களுடனான சிக்கல்களைத் தீர்க்க நுகர்வோருக்கு உதவுகிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நிறுவனம் (CPA): CPA என்பது பல நாடுகளில் நுகர்வோர் வக்கீல், கல்வி மற்றும் புகார் தீர்வு ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்தும் ஒரு அமைப்பாகும். இந்த ஏஜென்சிகள் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களைச் செயல்படுத்தவும், நுகர்வோர் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க உதவும் ஆதாரங்களை வழங்கவும் செயல்படுகின்றன.

சர்வதேச நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் அமலாக்க நெட்வொர்க் (ICPEN): ICPEN என்பது 60 நாடுகளுக்கு மேல் உள்ள நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அதிகாரிகளின் உலகளாவிய வலையமைப்பு ஆகும். இது எல்லை தாண்டிய மோசடியை எதிர்த்துப்

போராடுவதற்கும், நுகர்வோர் கல்வியை மேம்படுத்துவதற்கும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் சிறந்த நடைமுறைகளைப் பகிர்ந்து கொள்வதற்கும் சர்வதேச ஒத்துழைப்பை எளிதாக்குகிறது.

இவை நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள். குறிப்பிட்ட சட்டங்களும் அமைப்புகளும் நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடலாம், ஆனால் நுகர்வோர் உரிமைகள் பாதுகாக்கப்படுவதையும் நியாயமான வணிக நடைமுறைகள் நிலைநிறுத்தப்படுவதையும் உறுதி செய்வதே ஒட்டுமொத்த இலக்காகும்.

உணவுக் கலப்படம் என்றால் என்ன?

உணவுக் கலப்படம் என்பது பொருட்களின் அளவை அதிகரிக்கவும், விலையைக் குறைக்கவும் உணவுப் பொருட்கள் அல்லது பானங்களில் அசுத்தங்களைச் சேர்ப்பதாகும். இது இந்தியாவில் ஒரு முக்கிய பிரச்சினையாகும், இது உணவின் தரத்தை குறைக்கிறது மற்றும் மனிதர்கள் மற்றும் விலங்குகள் இருவருக்கும் கடுமையான நோய்களுக்கு வழிவகுக்கிறது.

இந்தப் பிரச்சனைகளைத் தடுக்க, இதுபோன்ற மாசுபாட்டைத் தடுக்கக்கூடிய சட்டங்களை உருவாக்குவது அவசியம். இந்தியாவில், 1899 முதல், உணவுக் கலப்படச் சட்டம் சட்டத்தில் உள்ளது. சுதந்திரத்திற்கு முந்தைய காலகட்டமாக இருந்ததால், உணவுக் கலப்படத்தைத் தடுப்பதற்கு மாநிலங்கள் மற்றும் மாகாணங்கள் அவற்றின் சொந்த விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கொண்டிருந்தன. அவற்றில் சில செயல்கள் -

- கல்கத்தா முனிசிபல் சட்டம், 1923
- UP தூய உணவு சட்டம், 1950
- பஞ்சாப் தூய உணவு சட்டம், 1929

- பீகார் உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம், 1948

இந்த மாநில அல்லது மாகாணம் சார்ந்த சட்டங்கள் வெவ்வேறு சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கொண்டிருந்தன, அவை எந்த ஒரு சீரான தன்மையையும் கொண்டிருக்கவில்லை. இது மாநிலங்களுக்கு இடையேயான உணவு மேம்பாடு மற்றும் போக்குவரத்துக்கு தடையை உருவாக்கியது. பகுப்பாய்வு முறைகள், தண்டனை, செயல்படுத்தல் மற்றும் தரநிலைகளுக்கு இடையே வேறுபாடு இருந்தது. இது உணவுக் கலப்படத்தைத் தடுப்பதற்காக மிகவும் மையமாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சட்டத்திற்கு வழிவகுத்தது.

இறுதியில், இந்திய அரசு 1943 இல் உணவுக் கலப்படக் குழுவுக்கு ஒப்புதல் அளித்தது. அந்தக் குழு உணவுக் கலப்படம் பற்றிய விஷயத்தை ஆய்வு செய்து மறுஆய்வு செய்தது, எனவே மத்திய சட்டத்திற்கு ஆலோசனை வழங்கியது. இவ்வாறு, உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம் (PFA) இறுதியாக 1954 இல் நடைமுறைக்கு வந்தது.

சட்டம்: அம்சங்கள்

உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம், 1954, இந்தியா முழுமைக்கும் நீட்டிக்கப்பட்டுள்ளது, அது ஜூன் 15, 1955 முதல் நடைமுறைக்கு வந்தது. இந்தச் சட்டம் கலப்படத்தை வரையறுக்கிறது அல்லது கலப்படம் செய்யப்பட்ட பொருளைக் கருதும் போது -

- விற்பனையாளரால் விற்கப்படும் பொருள் வாடிக்கையாளரின் தரநிலைகள் அல்லது கட்டுரையின் தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்யவில்லை என்றால்.
- கட்டுரையின் தரத்தை குறைக்கும் ஏதேனும் உறுப்பு இருந்தால்.
- கட்டுரை தயாரிக்கப்பட்டு அல்லது சுகாதாரமற்ற நிலையில் சேமிக்கப்பட்டிருந்தால்.
- அழுகிய, சிதைந்த அல்லது அழுகிய தாவரங்கள் அல்லது விலங்குகள் போன்ற

மனித நுகர்வுக்குத் தகுதியற்ற உறுப்புகள் ஏதேனும் இருந்தால்.

- கட்டுரையில் நோயுற்ற விலங்கிலிருந்து எடுக்கப்பட்ட உறுப்பு இருந்தால்.
- கட்டுரையில் ஏதேனும் விஷம் அல்லது தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்கள் இருந்தால்.
- கட்டுரையின் கொள்கலன் ஏதேனும் தீங்கு விளைவிக்கும் பொருளால் ஆனது என்றால்.
- கட்டுரையில் பரிந்துரைக்கப்பட்டவற்றைத் தவிர வேறு ஏதேனும் வண்ணமயமாக்கல் முகவர் சேர்க்கப்பட்டால்.
- கட்டுரையில் பரிந்துரைக்கப்பட்ட வரம்புக்கு மேல் தடைசெய்யப்பட்ட பாதுகாப்பு அல்லது பாதுகாக்கும் அளவு இருந்தால்.
- கட்டுரையின் தரம் மற்றும் தூய்மையானது குழுவால் நிர்ணயிக்கப்பட்ட தரத்தை பூர்த்தி செய்யவில்லை என்றால், அது ஆரோக்கியத்திற்கு தீங்கு விளைவிப்பதா அல்லது தீங்கு விளைவிக்காததா.

குறிப்பு: இந்தச் சட்டத்தின் கீழ், விற்பனையாளர்கள் உப்பு அயோடைசேஷன், தாதுக்கள் மற்றும் வைட்டமின்களை ரொட்டிகள் அல்லது தானியங்களில் சேர்ப்பது மற்றும் வைட்டமின் சி சேர்ப்பது போன்ற பொருட்களை செறிவூட்டுவதையும் தேர்வு செய்யலாம்.

கலப்படம் செய்பவர்களின் அட்டவணை

கட்டுரை	கலப்படம் செய்பவர்
பேக்கிங் பவுடர்	சிட்ரிக் அமிலம்
மசாலா	ஹால்டி, மரத்தூள், மணலில் ஈயம் அல்லது ஈயம் குரோமேட்
ஸ்டார்ச் உணவுகள்	அரோரூட் தூள், மணல் மற்றும் தூசி
காபி மற்றும் தேநீர்	சிக்கரி, உமி, பயன்படுத்திய தேயிலை தூள், கரி
பால்	நீர், கொழுப்பின் சுருக்கம்
வனஸ்பதி	அதிகப்படியான ஹைட்ரஜனேற்றம், விலங்கு கொழுப்பு
அர்ஹர் தல்	அனில் மஞ்சள் சந்தித்தார்
கடுகு	அர்ஜெமோன் விதைகள்
மது அல்லாத பானங்கள்	சாக்கரின், தாமிரம், ஈயம் மற்றும் ஆர்சனிக்.

சட்டத்தின் கீழ் காணப்படும் சட்டங்களை மீறினால், விற்பனையாளருக்கு

அபராதம் விதிக்கப்படுகிறது. அவற்றில் சில சூழ்நிலைகளைப் பார்ப்போம் -

- முதல் முறையாக சட்டத்தை மீறினால், விற்பனையாளருக்கு 6 மாதங்கள் முதல் 1 வருடம் வரை சிறைத்தண்டனை அல்லது 2000 ரூபாய் அபராதம் (சூழ்நிலையைப் பொறுத்து) விதிக்கப்படலாம்.
- இரண்டாவது முறை சட்டத்தை மீறினால், 6 ஆண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனை மற்றும் உரிமம் ரத்து செய்யப்படலாம்.
- கலப்படம் செய்யப்பட்ட உணவு உடல்நலத்திற்கு கேடு விளைவிக்கும் போது, விற்பனையாளர் தண்டனைச் சட்டத்தின் 320வது பிரிவின் கீழ் தண்டிக்கப்படுவார்.
- 1954 ஆம் ஆண்டின் உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம் (பிஎஃப்ஏ சட்டம்) உணவுப் பொருட்களில் கலப்படத்தைத் தடுக்கவும், பொதுமக்களுக்கு பாதுகாப்பான மற்றும் ஆரோக்கியமான உணவு கிடைப்பதை உறுதி செய்யவும் இந்திய அரசால் இயற்றப்பட்ட ஒரு முக்கியமான சட்டமாகும். தி நுகர்வோரின் ஆரோக்கியம் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கும், கலப்பட உணவுப் பொருட்களின் உற்பத்தி, சேமிப்பு, விநியோகம் மற்றும் விற்பனை ஆகியவற்றை ஒழுங்குபடுத்துவதையும் நோக்கமாகக் கொண்ட சட்டம்.
- உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம், 1954 இன் முக்கிய அம்சங்கள்:
- கலப்படத்தின் வரையறை: இந்தச் சட்டம் உணவு தொடர்பான "கலப்படம்" என்ற சொல்லை வரையறுத்துள்ளது. இதில் தரக்குறைவான அல்லது தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்களை சேர்ப்பது, மதிப்புமிக்க பொருட்களை அகற்றுவது, பொருட்களை மாற்றுவது மற்றும் புறம்பான பொருட்களால் மாசுபடுத்துவது ஆகியவை அடங்கும்.
- கலப்படத் தடை: உடல் நலத்துக்குக் கேடு விளைவிக்கக் கூடிய கலப்படம்

செய்யப்பட்ட உணவுப் பொருட்களைத் தயாரித்தல், விற்பனை செய்தல் மற்றும் விநியோகம் செய்வதை இந்தச் சட்டம் தடை செய்தது. உணவு உற்பத்தி அல்லது பதப்படுத்துதலில் சில பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதற்கும் அது கட்டுப்பாடுகளை விதித்தது.

- உணவுத் தரநிலைகள்: இந்தச் சட்டம் உணவுத் தரங்களை நிறுவியது மற்றும் பல்வேறு உணவுப் பொருட்களின் தரம் மற்றும் பாதுகாப்பை உறுதிசெய்ய வழிகாட்டுதல்களை வகுத்தது. இது உணவுப் பொருட்களின் தூய்மை, தரம் மற்றும் லேபிளிங்கிற்கான விவரக்குறிப்புகளை வழங்கியது.
- உரிமம் மற்றும் பதிவு: சட்டம் உணவு வணிகங்களுக்கான உரிமம் மற்றும் பதிவு முறையை அறிமுகப்படுத்தியது. உணவு உற்பத்தியாளர்கள், விநியோகஸ்தர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் பரிந்துரைக்கப்பட்ட தரங்களுக்கு இணங்குவதை உறுதிசெய்ய உரிமங்களைப் பெற வேண்டும் அல்லது தங்கள் நிறுவனங்களைப் பதிவு செய்ய வேண்டும் என்று அது கட்டாயப்படுத்தியது.
- ஆய்வு மற்றும் மாதிரி எடுத்தல்: உணவு வளாகங்களை ஆய்வு செய்யவும், உணவுப் பொருட்களின் மாதிரிகளை எடுக்கவும், ஆய்வகங்களுக்கு ஆய்வுக்கு அனுப்பவும் நியமிக்கப்பட்ட உணவு ஆய்வாளர்களுக்கு சட்டம் அதிகாரம் அளித்துள்ளது. இந்த ஆய்வுகள் சட்டத்தின் விதிகள் மற்றும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட தரங்களுக்கு இணங்குவதைச் சரிபார்க்கும் நோக்கம் கொண்டது.
- மாதிரிகளின் பகுப்பாய்வு: உணவு மாதிரிகளை பகுப்பாய்வு செய்வதற்காக உணவு சோதனை ஆய்வகங்களை நிறுவுவதற்கான சட்டம் வழங்கப்பட்டது. இந்த பகுப்பாய்வுகளின் முடிவுகள் குற்றவாளிகளுக்கு எதிரான சட்ட நடவடிக்கைகளில் ஆதாரமாகப் பயன்படுத்தப்பட்டன.

- தண்டனைகள் மற்றும் தண்டனைகள்: சட்டம் அதன் விதிகளை மீறுவதற்கான அபராதங்களைக் குறிப்பிட்டது. கலப்படம் செய்ததாகக் கண்டறியப்பட்ட குற்றவாளிகள், குற்றத்தின் தீவிரத்தைப் பொறுத்து சிறைத்தண்டனை, அபராதம் அல்லது இரண்டையும் சந்திக்க நேரிடும்.
- பல ஆண்டுகளாக, உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம் 2006 இல் உணவுப் பாதுகாப்பு மற்றும் தரநிலைச் சட்டம் (FSSA) திருத்தப்பட்டு மாற்றப்பட்டது. FSSA உணவு தொடர்பான பல்வேறு சட்டங்களை ஒருங்கிணைத்து, இந்திய உணவுப் பாதுகாப்பு மற்றும் தரநிலை ஆணையத்தை (FSSAI) நிறுவியது. இந்தியாவில் உணவுப் பாதுகாப்பு மற்றும் தரநிலை ஆணையத்தை உறுதி செய்வதற்குப் பொறுப்பான ஒழுங்குமுறை ஆணையம்.

மத்திய அரசின் பொறுப்புகள்

தடுப்புஉணவு கலப்படம்தண்ணீர் மற்றும் மருந்துகளைத் தவிர, மனித நுகர்வுக்கு ஏற்ற உணவு மற்றும் பானங்களில் கலப்படம் செய்வதைத் தடுக்க இந்தச் சட்டம் பார்க்கிறது. இந்தச் சட்டம் மத்திய அரசுக்கு பல்வேறு பொறுப்புகளை வழங்குகிறது, அவை கீழே கூறப்பட்டுள்ளன.

- உணவு தரநிலைகளுக்கான மத்திய குழு மற்றும் அனைத்து வகையான கட்டுரைகளையும் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் சோதனை செய்வதற்கும் மத்திய உணவு ஆய்வகங்களை அமைத்தல்.
- உணவுத் தரத்திற்கான மத்தியக் குழுவுடன் இணைந்து PFA சட்டத்தின் பிரிவுகளை மதிப்பாய்வு செய்ய.
- சட்டத்தின் பல்வேறு பிரிவுகளுக்கான பயிற்சித் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்தல்.

- மாநில PFA விதிகளை அங்கீகரித்தல்.
- மாநிலங்கள் மற்றும் யூனியன் பிரதேசங்களில் விதிகள் செயல்படுத்தப்படுவதை அடிக்கடி அறிக்கைகள் சேகரித்து வருகை தருவது.
- சட்டத்தின் கீழ் அதிகாரிகளை ஆய்வாளர்களாக நியமிப்பதற்கான தேர்வுகளை நடத்துதல்.
- குழந்தை உணவு லேபிள்களை அங்கீகரிக்க.
- இந்தியாவிற்கு இறக்குமதி செய்யப்படும் உணவின் தரத்தை சரிபார்க்க.
- நுகர்வோர் மத்தியில் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துதல்.
- உணவு ஆய்வகங்களின் அளவு மற்றும் தரத்தை கண்காணிக்க வேண்டும்.

உணவு ஆய்வாளர்கள்

மத்திய அரசு அல்லது மாநில அரசு அதிகாரப்பூர்வ அரசிதழில் அறிவிப்பதன் மூலம் அதிகாரப்பூர்வ பிரதிநிதியை நியமிக்கலாம். உணவு ஆய்வாளர் பதவிக்கு தகுதி பெற்றிருக்க வேண்டும் மற்றும் அவர் விசாரிக்கும் கட்டுரையில் எந்த நிதி நிலையையும் கொண்டிருக்கக்கூடாது. இந்திய தண்டனைச் சட்டம் பிரிவு 21ன் கீழ் உணவு ஆய்வாளர் பொது ஊழியராகக் கருதப்படுகிறார்.

விற்பனையாளர்களிடமிருந்து மாதிரிகளை சேகரித்து ஆய்வுக்காக ஆய்வகத்திற்கு அனுப்ப உணவு ஆய்வாளருக்கு அதிகாரம் உள்ளது. உணவுத் தரத்தை பூர்த்தி செய்யவில்லை என்றால் அவர்/அவள் பொருள் விற்கப்படுவதை நிறுத்தலாம்.

இது உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டத்தை சுருக்கமாகக் கூறுகிறது. மேலும் புதுப்பிப்புகளுக்கு BYJU's உடன் இணைந்திருங்கள்நீட்.

எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைகள் சட்டம், 1976

எடை, அளவீடு அல்லது எண் மூலம் விற்கப்படும் அல்லது விநியோகிக்கப்படும் எடைகள், அளவீடுகள் மற்றும் பிற சரக்குகளில் மாநிலங்களுக்கு இடையேயான வர்த்தகம் அல்லது வர்த்தகத்தை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கும், அதனுடன் தொடர்புடைய அல்லது தற்செயலான விஷயங்களை வழங்குவதற்கும், எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைகளை நிறுவுவதற்கான சட்டம். இந்தியக் குடியரசின் இருபத்தி ஏழாவது ஆண்டில் பாராளுமன்றத்தால் பின்வருமாறு:

பகுதி 01: ஒவ்வொரு பகுதிக்கும் பொருந்தும் விதிகள் பிரிவு 01:

குறுகிய தலைப்பு, விரிவாக்கம் மற்றும் துவக்கம்

(1) இந்தச் சட்டத்தை எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைச் சட்டம், 1976 என்று அழைக்கலாம்.

(2) இது இந்தியா முழுமைக்கும் பரவியுள்ளது.

(3) மத்திய அரசு, அறிவிப்பின் மூலம், நியமித்து, வெவ்வேறு தேதிகளை வேறு வேறு தேதிகளில் குறிப்பிடுவது போன்ற தேதியில் இது நடைமுறைக்கு வரும்.

(a) இந்த சட்டத்தின் விதிகள்,

(b) பகுதிகள்,

(c) நிறுவனங்களின் வகுப்புகள்,

(d) பொருட்களின் வகைகள்,

(e) எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் வகுப்புகள், அல்லது

(f) எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் பயன்பாடுகளின் வகுப்புகள் மற்றும் இந்தச் சட்டத்தின் தொடக்கத்திற்கான அத்தகைய விதிமுறைகளில் உள்ள எந்தவொரு குறிப்பும், அத்தகைய பகுதியில் அல்லது அத்தகைய நிறுவனங்கள், பொருட்கள், எடைகள் போன்றவற்றில் அந்த விதி அமலுக்கு வருவதைக் குறிப்பதாகக் கருதப்படும். மற்றும் இந்தச் சட்டம் நடைமுறைக்குக் கொண்டுவரப்பட்ட அளவீடுகள் அல்லது எடைகள் மற்றும் அளவைகளைப் பயன்படுத்துபவர்கள்:

என்று வழங்கினர்இந்தச் சட்டத்தின் விதிகள் (இந்தச் சட்டத்தால் அல்லது அதன் கீழ் நிறுவப்பட்ட தரநிலைகள் உட்பட) சிக்கிம் மாநிலத்தில் நடைமுறைக்கு வரும், இந்தச் சட்டம் நிறைவேற்றப்பட்டதிலிருந்து ஐந்து ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு, மத்திய அரசு அறிவிப்பின் மூலம் நியமிக்கலாம். , மற்றும் இந்தச் சட்டத்தின் வெவ்வேறு விதிகளுக்கு அல்லது வெவ்வேறு பகுதிகளுக்கு அல்லது வெவ்வேறு வகை நிறுவனங்களுக்கு அல்லது வெவ்வேறு வகைப் பொருட்களுக்கு அல்லது வெவ்வேறு வகை எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளுக்கு அல்லது வெவ்வேறு வகை எடைகள் மற்றும் அளவைப் பயன்படுத்துபவர்களுக்கு வெவ்வேறு தேதிகள் நியமிக்கப்படலாம்.

பிரிவு 02: வரையறைகள்

இந்தச் சட்டத்தில், சூழல் தேவைப்படாவிட்டால், -

(a) 'அளவுத்திருத்தம்' என்பது ஒரு எடை அல்லது அளவின் பிழைகளின்

மதிப்புகளைத் தீர்மானிப்பதற்கும், தேவைப்பட்டால், அத்தகைய எடை அல்லது அளவின் மற்ற அளவியல் பண்புகளைத் தீர்மானிப்பதற்கும், நிலைகளின் உண்மையான நிர்ணயத்தை உள்ளடக்கிய அனைத்து செயல்பாடுகளையும் குறிக்கிறது. ஒரு எடை அல்லது அளவின் அளவீடுகள் அல்லது அளவீடுகள்

(b) 'பேக்கேஜ் வடிவில் உள்ள சரக்கு' என்பது, எந்த பாட்டில், டின், ரேப்பர் அல்லது வேறு வகையிலும், மொத்தமாக அல்லது சில்லறை விற்பனையாக இருந்தாலும், விற்பனைக்கு ஏற்ற அலகுகளில் பொதியிடப்பட்ட பொருட்கள் என்று பொருள்படும்;

(c) 'வியாபாரி' என்பது, எடை அல்லது அளவீடு தொடர்பாக, ஒரு நபர், அல்லது ஒரு நிறுவனம் அல்லது இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பம், நேரடியாகவோ அல்லது வேறு விதமாகவோ, அத்தகைய எடை அல்லது அளவை வாங்குதல், விற்பது, வழங்குதல் அல்லது விநியோகம் செய்தல் போன்ற தொழிலை மேற்கொள்கிறார். பணத்திற்காகவோ அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டணத்திற்காகவோ அல்லது கமிஷன், ஊதியம் அல்லது பிற மதிப்புமிக்க பரிசீலனைக்காக, மற்றும் அடங்கும்

(i) எந்தவொரு அதிபரின் சார்பாகவும் அத்தகைய வணிகத்தை மேற்கொள்ளும் கமிஷன் முகவர்,

(ii) எந்தவொரு பயனர், உற்பத்தியாளர், பழுதுபார்ப்பவர், நுகர்வோர் அல்லது வேறு எந்த நபருக்கும் எந்த எடை அல்லது அளவையும் விற்கும், விநியோகிக்கும், விநியோகிக்கும் அல்லது வழங்குகின்ற ஒரு இறக்குமதியாளர், ஆனால் எந்தவொரு எடை அல்லது அளவையும் விற்கும், விநியோகிக்கும், விநியோகிக்கும் அல்லது வழங்குகின்ற உற்பத்தியாளரை சேர்க்கவில்லை. இந்த பிரிவில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நபர் அல்லது நபர்களின் வகை.

(d) 'இயக்குனர் என்றால், சட்ட அளவியல் துறையின் இயக்குநர், பிரிவுகளின் கீழ் நியமிக்கப்பட்டவர். 28-;

(e) 'ஏற்றுமதி' அதன் இலக்கண மாறுபாடுகள் மற்றும் அறிவாற்றல் வெளிப்பாடுகள், இந்தியாவிலிருந்து இந்தியாவிற்கு வெளியே ஒரு இடத்திற்கு எடுத்துச் செல்வதைக் குறிக்கிறது;

(f) 'தவறான தொகுப்பு' என்பது, இந்தச் சட்டத்தின் விதிகளுக்கு இணங்காத எந்தவொரு தொகுப்பு அல்லது அத்தகைய தொகுப்பு தொடர்பாக அங்குள்ள எந்தவொரு விதி அல்லது உத்தரவு;

(g) 'தவறான எடை அல்லது அளவீடு' என்பது எடை அல்லது அளவீடு தொடர்பாக இந்தச் சட்டத்தால் அல்லது அதன் கீழ் நிறுவப்பட்ட தரநிலைகளுக்கு இணங்காத எடை அல்லது அளவு;

(h) 'எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் பற்றிய பொது மாநாடு' என்பது மாநாட்டு அளவீட்டின் கீழ் நிறுவப்பட்ட மாநாட்டின் பொது தாஸ் பாய்ட்ஸ் போன்றவை;

(i) 'இறக்குமதி', அதன் இலக்கண மாறுபாடுகள் மற்றும் அறிவாற்றல் வெளிப்பாடுகள், இந்தியாவிற்கு வெளியே ஒரு இடத்திலிருந்து இந்தியாவிற்குள் கொண்டு வருவதைக் குறிக்கிறது;

(j) 'இன்டர்நேஷனல் பிரோ ஆஃப் வெயிட்ஸ் அண்ட் மெஷர்ஸ்' என்பது ஃபிரான்ஸில் உள்ள சர்வ்ஸில் கன்வென்ஷன் டு மெட்ரேயின் கீழ் நிறுவப்பட்ட பிரோ இன்டர்நேஷனல் டெஸ் பாட்ஸ் எட் மெஷர்ஸ் ஆகும்;

(k) 'சர்வதேச சட்ட அளவியல் அமைப்பு' என்பது கன்வென்ஷன் இன்ஸ்டிடியூட் யுனே

ஆர்கனைசேஷன் இன்டர்நேஷனல் டி. மெட்ராலஜி லீகலின் கீழ் நிறுவப்பட்ட ஆர்கனைசேஷன் இன்டர்நேஷனல் டி. மெட்ராலஜி லெகேட் ஆகும்;

(l) கிலோகிராமின் சர்வதேச முன்மாதிரி' என்பது 1889 இல் பாரிஸில் நடைபெற்ற எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் மீதான முதல் பொது மாநாட்டால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட முன்மாதிரி, மற்றும் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளுக்கான சர்வதேச பணியகத்தில் டெபாசிட் செய்யப்பட்டது;

(m) 'மாநிலங்களுக்கு இடையேயான வர்த்தகம் அல்லது வர்த்தகம்', எடை, அளவீடு அல்லது எண் மூலம் வாங்கப்பட்ட, விற்கப்பட்ட, விநியோகிக்கப்பட்ட, விநியோகிக்கப்படும் அல்லது விநியோகிக்கப்படும் எந்த எடை அல்லது அளவீடு அல்லது பிற பொருட்கள் தொடர்பாக, கொள்முதல், விற்பனை, வழங்கல், விநியோகம் அல்லது விநியோகம், -

(i) அத்தகைய எடை, அளவு அல்லது பிற பொருட்களை ஒரு மாநிலத்திலிருந்து மற்றொரு மாநிலத்திற்கு நகர்த்துவது அல்லது (ii) ஒரு மாநிலத்திலிருந்து மற்றொரு மாநிலத்திற்கு நகரும் போது அத்தகைய எடை, அளவு அல்லது பிற பொருட்களுக்கு உரிமையின் ஆவணங்களை மாற்றுவதன் மூலம் செயல்படுத்தப்படுகிறது.

(n) 'லேபிள்' என்பது எழுதப்பட்ட, குறிக்கப்பட்ட, முத்திரையிடப்பட்ட, அச்சிடப்பட்ட, அல்லது கிராஃபிக் விஷயங்களில் ஒட்டப்பட்ட அல்லது தோன்றும், ஏதேனும் ஒரு பண்டம் அல்லது பொதியை உள்ளடக்கியது;

(o) 'உற்பத்தி' என்பது, எந்த எடை அல்லது அளவைப் பொறுத்தவரையிலும், ஒரு நபர் அல்லது நிறுவனம் அல்லது இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பம்,-

(i) அத்தகைய எடை அல்லது அளவை உருவாக்குகிறது அல்லது தயாரிக்கிறது.

(ii) ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பாகங்களைத் தயாரித்து அல்லது தயாரித்து, அத்தகைய எடை அல்லது அளவின் மற்ற பாகங்களைப் பெற்று, அந்த பாகங்களைச் சேர்த்த பிறகு, இறுதிப் பொருளை தானே உற்பத்தி செய்த எடை அல்லது அளவீடு என்று கூறுகிறது.

(iii) அத்தகைய எடை அல்லது அளவின் எந்தப் பகுதியையும் உருவாக்கவோ அல்லது உற்பத்தி செய்யவோ இல்லை, ஆனால் பிறரால் செய்யப்பட்ட அல்லது உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பாகங்களைச் சேகரித்து, இறுதிப் பொருளை தானே தயாரித்த எடை அல்லது அளவீடு எனக் கூறுகிறது.

(iv) வேறு எந்த நபரால் செய்யப்பட்ட அல்லது உற்பத்தி செய்யப்படும் எந்தவொரு முழுமையான எடை அல்லது அளவீட்டின் மீது தனது சொந்த அடையாளத்தை வைக்கிறது அல்லது வைக்க காரணமாகிறது மற்றும் அத்தகைய தயாரிப்பு ஒரு எடை அல்லது அளவீடு என்று கூறுகிறது.

(p) 'அறிவிப்பு' என்பது அதிகாரப்பூர்வ அரசிதழில் வெளியிடப்பட்ட அறிவிப்பு என்று பொருள்படும்;

(q) 'நபர்' அடங்கும், -

(i) ஒவ்வொரு துறை அல்லது அலுவலகம்,

(ii) அரசாங்கத்தால் நிறுவப்பட்ட அல்லது நிறுவப்பட்ட ஒவ்வொரு அமைப்பும்,

(iii) இந்தியாவின் எல்லைக்குள் உள்ள ஒவ்வொரு உள்ளாட்சி அமைப்பும்.

(iv) ஒவ்வொரு கூட்டுறவு சங்கமும்,

(v) சங்கங்கள் பதிவுச் சட்டம், 1860 (1860 இன் 21) இன் கீழ் பதிவுசெய்யப்பட்ட மற்ற ஒவ்வொரு சமூகமும்;

(r) 'வளாகத்தில்' அடங்கும்,-

(i) எந்தவொரு வணிகம், தொழில், உற்பத்தி அல்லது வர்த்தகம் ஒரு நபரால் மேற்கொள்ளப்படும் இடம், அவரால் அல்லது ஒரு முகவர் மூலமாக, எந்த பெயரில் அழைக்கப்பட்டாலும்,

(ii) ஒரு கிடங்கு, கீழே செல்லுதல் அல்லது எடை, அளவு அல்லது பிற பொருட்கள் சேமிக்கப்படும் அல்லது காட்சிப்படுத்தப்பட்ட பிற இடம்,

(iii) எந்தவொரு வர்த்தகம் அல்லது பரிவர்த்தனை தொடர்பான கணக்கு புத்தகங்கள் அல்லது பிற ஆவணங்கள் வைக்கப்படும் இடம்,

(iv) ஒரு குடியிருப்புவீடு, அதன் எந்தப் பகுதியும் வணிகம், தொழில், உற்பத்தி அல்லது வர்த்தகம் மேற்கொள்ளும் நோக்கத்திற்காகப் பயன்படுத்தப்பட்டால்.

(s) 'பரிந்துரைக்கப்பட்டது' என்பது இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்பட்ட விதிகளால் பரிந்துரைக்கப்பட்டது மற்றும் 'பரிந்துரைக்கப்பட்ட அதிகாரம்' என்பது அத்தகைய விதிகளால் குறிப்பிடப்படும் அதிகாரம்;

(t) 'குறிப்புத் தரநிலை' என்பது எந்தவொரு இரண்டாம் நிலை தரநிலையையும் சரிபார்பதற்காக மத்திய அரசால் அல்லது அதன் சார்பாக தயாரிக்கப்பட்ட அல்லது

தயாரிக்கப்பட்ட நிலையான எடை அல்லது அளவின் தொகுப்பாகும்.

(u) 'பழுதுபார்ப்பவர்' என்பது இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் நிறுவப்பட்ட தரநிலைகளுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்வதற்காக, எடை அல்லது அளவை சரிசெய்தல், சுத்தம் செய்தல், உயலூட்டுதல் அல்லது வர்ணம் பூசுதல் அல்லது அத்தகைய எடை அல்லது அளவீட்டுக்கு வேறு ஏதேனும் சேவையை வழங்குதல்;

(v) 'விற்பனை, அதன் இலக்கண மாறுபாடுகள் மற்றும் உடன்படிக்கை வெளிப்பாடுகள், எந்த எடை, அளவீடு அல்லது பிற பொருட்களில் உள்ள சொத்தை மற்றொருவருக்கு பணத்திற்காகவோ அல்லது ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டணத்திற்காகவோ அல்லது வேறு மதிப்புமிக்க கருத்தில் கொண்டு, எந்த எடையின் பரிமாற்றத்தையும் உள்ளடக்கியது. வாடகை-கொள்முதல் முறை அல்லது தவணைகள் மூலம் பணம் செலுத்தும் பிற முறையின் அளவீடு அல்லது பிற பொருட்கள், ஆனால் அத்தகைய எடை, அளவு அல்லது பிற பொருட்களின் மீது அடமானம் அல்லது கருதுகோள் அல்லது கட்டணம் அல்லது உறுதிமொழி ஆகியவை அடங்கும்;

(w) 'சீல்' என்பது ஒரு முத்திரையை உருவாக்கும் சாதனம் அல்லது செயல்முறையாகும், மேலும் எந்தவொரு முத்திரையின் ஒருமைப்பாட்டை உறுதிப்படுத்தப் பயன்படுத்தப்படும் கம்பி அல்லது பிற துணைப் பொருட்களையும் உள்ளடக்கியது;

(x) 'இரண்டாம் நிலை' என்பது, எந்தவொரு வேலை தரநிலையையும் சரிபார்ப்பதற்காக மத்திய அல்லது மாநில அரசாங்கத்தால் அல்லது அதன் சார்பாக தயாரிக்கப்பட்ட அல்லது தயாரிக்கப்பட்ட நிலையான எடை அல்லது அளவின் தொகுப்பாகும்.

(y) 'ஸ்டாம்பு' என்பது, எந்த எடை அல்லது அளவிட்டின் மீது, அல்லது அதனுடன் தொடர்புடைய ஒரு குறி,-

(i) அத்தகைய எடை அல்லது அளவீடு இந்தச் சட்டத்தால் அல்லது கீழ் குறிப்பிடப்பட்ட தரத்திற்கு இணங்குகிறது என்று சான்றளித்து, அல்லது

(ii) அத்தகைய எடை அல்லது அளவீடு இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் குறிப்பிடப்பட்ட தரநிலைகளுக்கு இணங்குவதாகச் சான்றளிக்கும் வகையில் முன்னர் செய்யப்பட்ட எந்த அடையாளமும் அழிக்கப்பட்டுவிட்டதைக் குறிக்கிறது.

(z) 'பரிவர்த்தனை' என்றால்-

(i) எந்த ஒப்பந்தம், விற்பனை, வாங்குதல், பரிமாற்றம் அல்லது வேறு எந்த நோக்கத்திற்காகவும், அல்லது

(ii) ராயல்டி, கடமை அல்லது பிற நிலுவைத் தொகைகள், அல்லது

(iii) செய்யப்பட்ட எந்த வேலை, செலுத்த வேண்டிய ஊதியம் அல்லது வழங்கப்பட்ட சேவைகளின் மதிப்பீடு;

(za) 'சரிபார்க்கப்படாத எடை அல்லது அளவீடு' என்பது, இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் சரிபார்க்கப்பட்டு முத்திரையிடப்பட வேண்டிய எடை அல்லது அளவீடு என்று பொருள்படும்;

(zb) 'சரிபார்ப்பு', அதன் இலக்கண மாறுபாடுகள் மற்றும் அறிவாற்றல் வெளிப்பாடுகளுடன், எந்த எடை அல்லது அளவீடு தொடர்பாக, ஒப்பிடுதல், சரிபார்த்தல், சோதனை செய்தல் அல்லது

அத்தகைய எடை அல்லது அளவீடு இந்தச் சட்டத்தால் அல்லது அதன் கீழ் நிறுவப்பட்ட தரநிலைகளுக்கு இணங்குவதை உறுதிசெய்யும் நோக்குடன் அத்தகைய எடை அல்லது அளவை சரிசெய்தல், மேலும் மறு சரிபார்ப்பு மற்றும் அளவுத்திருத்தம் ஆகியவை அடங்கும்;

(zc) 'எடை அல்லது அளவிடும் கருவி' என்பது ஏதேனும் ஒரு பொருள், கருவி, கருவி அல்லது சாதனம் அல்லது அதன் கலவை, அல்லது எடை அல்லது அளவீடு செய்யும் நோக்கத்திற்காக பிரத்தியேகமாக அல்லது கூடுதலாகப் பயன்படுத்தப்படும், மற்றும் அத்தகைய பொருள், கருவி, எந்திரம் அல்லது சாதனம் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய எந்தவொரு சாதனம், துணை அல்லது பாகம் ஆகியவை அடங்கும்;

(zd) 'எடை அல்லது அளவீடு' என்பது இந்தச் சட்டத்தின் மூலம் அல்லது அதன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்ட எடை அல்லது அளவைக் குறிக்கிறது, மேலும் எடையிடும் அல்லது அளவிடும் கருவியையும் உள்ளடக்கியது;

(ze) 'வேலை செய்யும் தரநிலை' என்பது ஒரு தேசிய முன்மாதிரி அல்லது தேசிய குறிப்பு அல்லது இரண்டாம் நிலைத் தரத்தைத் தவிர, எந்தவொரு நிலையான எடை அல்லது அளவை சரிபார்ப்பதற்காக அரசாங்கத்தால் அல்லது அதன் சார்பாக தயாரிக்கப்பட்ட அல்லது தயாரிக்கப்பட்ட நிலையான எடை அல்லது அளவின் தொகுப்பாகும்.

பிரிவு 03: இந்தச் சட்டத்தின் விதிகள் வேறு எந்தச் சட்டத்தின் விதிகளையும் மீறும்

-இந்தச் சட்டத்தைத் தவிர வேறு எந்தச் சட்டத்திலும் அல்லது இந்தச் சட்டத்தைத் தவிர வேறு எந்தச் சட்டத்தின் பயனாகச் செயல்படும் எந்த ஒரு ஆவணத்திலும், அதனுடன் முரண்படாத எதையும் இந்தச் சட்டத்தின் விதிகள் செயல்படும்.

பிரிவு 04: மெட்ரிக் அமைப்பின் அடிப்படையில் எடை அல்லது அளவின் அலகுகள்

(1) எடை அல்லது அளவின் ஒவ்வொரு அலகும் மெட்ரிக் அமைப்பின் அலகுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

(2) துணைப்பிரிவு (1) நோக்கத்திற்காக, -

(a) எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் மீதான மத்திய மாநாட்டால் பரிந்துரைக்கப்படும் அலகுகளின் சர்வதேச அமைப்பு, மற்றும்

(b) சர்வதேச சட்ட அளவியல் அமைப்பால் பரிந்துரைக்கப்படும் கூடுதல் அலகுகள் மெட்ரிக் அமைப்பின் அலகுகளாக இருக்கும்.

பிரிவு 05: நீளத்தின் அடிப்படை அலகு

(1) நீளத்தின் அடிப்படை அலகு மீட்டராக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'மீட்டர்' என்பது கிரிப்டான்-86 அணுவின் 2p10 மற்றும் 5d5 நிலைகளுக்கு இடையே உள்ள மாறுதலுடன் தொடர்புடைய கதிர்வீச்சின் வெற்றிடத்தில் உள்ள 1650763.73 அலை நீளத்திற்கு சமமான நீளம் ஆகும்.

பிரிவு 06: வெகுஜனத்தின் அடிப்படை அலகு

(1) வெகுஜனத்தின் அடிப்படை அலகு கிலோகிராமாக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'கிலோகிராம்' என்பது வெகுஜனத்தின் அலகு; இது கிலோகிராமின் சர்வதேச முன்மாதிரியின் நிறைக்கு சமம்.

பிரிவு 07: நேரத்தின் அடிப்படை அலகு

(1) நேரத்தின் அடிப்படை அலகு இரண்டாவதாக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'இரண்டாவது' என்பது 9 192631 770 கால அளவு கதிர்வீச்சின் காலம் ஆகும், இது சீசியம்-133 அணுவின் தரை நிலையின் இரண்டு ஹைப்பர்-ஸ்பைன் நிலைகளுக்கு இடையிலான மாற்றத்துடன் தொடர்புடையது.

பிரிவு 08: மின் மின்னோட்டத்தின் அடிப்படை அலகு

(1) மின்சாரத்தின் அடிப்படை அலகு ஆம்பியராக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'ஆம்பியர்' என்பது எல்லையற்ற நீளம் கொண்ட இரண்டு நேரான இணையான கடத்திகளில் பராமரிக்கப்பட்டு, ஒரு மீட்டர் இடைவெளியில் வெற்றிடத்தில் வைத்திருந்தால், இந்த கடத்திகளுக்கு இடையே ஒரு மீட்டர் நீளத்திற்கு 2.107 நியூட்டனுக்கு சமமான விசையை உருவாக்கும். .

பிரிவு 09: தெர்மோடைனமிக் வெப்பநிலையின் அடிப்படை அலகு

(1) தெர்மோடைனமிக் வெப்பநிலையின் அடிப்படை அலகு கெல்வின் ஆக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'கெல்வின்' என்பது நீரின் மூன்று புள்ளியின் வெப்ப இயக்கவியல் வெப்பநிலையின் 1/273.16 பின்னமாகும்.

(3) வெப்பநிலையின் இடைவெளி அல்லது வேறுபாட்டை வெளிப்படுத்தவும் கெல்வின் பயன்படுத்தப்படும்.

(4) பூஜ்ஜிய டிகிரி செல்சியஸ் 273.15 கெல்வினுக்கு ஒத்திருக்கிறது.

(5) வெப்பநிலையின் இடைவெளி அல்லது வேறுபாட்டை வெளிப்படுத்தவும் டிகிரி செல்சியஸ் பயன்படுத்தப்படலாம், அலகு டிகிரி செல்சியஸ் கெல்வினுக்கு சமமாக இருக்கும்.

பிரிவு 10: ஒளிரும் தீவிரத்தின் அடிப்படை அலகு

(1) ஒளிரும் தீவிரத்தின் அடிப்படை அலகு கேண்டெலாவாக இருக்க வேண்டும்.

(2) ஒரு சதுர மீட்டருக்கு 101 325 நியூட்டன்கள் அழுத்தத்தின் கீழ் பிளாட்டினத்தை உறைய வைக்கும் வெப்பநிலையில் கருப்பு உடலின் 1/600,000 சதுர மீட்டர் பரப்பளவில் செங்குத்தாக இருக்கும் 'கேண்டெலா' என்பது ஒளிரும் தீவிரம் ஆகும்.

பிரிவு 11: பொருளின் அளவு அடிப்படை அலகு

(1) பொருளின் அளவின் அடிப்படை அலகு மோலாக இருக்க வேண்டும்.

(2) 'மோல்' என்பது 0.012 கிலோகிராம் கார்பன் 12 இல் உள்ள அணுக்கள் எவ்வளவு அடிப்படையான பொருட்களைக் கொண்ட ஒரு அமைப்பின் பொருளின் அளவு.

(3) மோலைப் பயன்படுத்தும்போது, அடிப்படைப் பொருள்கள் மாறாமல் குறிப்பிடப்படும், மேலும் அவை அணுக்கள், மூலக்கூறுகள், அயனிகள், எலக்ட்ரான்கள், பிற துகள்கள் அல்லது அத்தகைய துகள்களின் குறிப்பிட்ட குழுக்களாக இருக்கலாம்.

பிரிவு 12: துணை, பெறப்பட்ட, சிறப்பு மற்றும் எடை அல்லது அளவின் பிற அலகுகள் - அவற்றின் சின்னங்கள், வரையறைகள், முதலியன

(1) எடை மற்றும் அளவீடுகளின் பொது மாநாடு அல்லது சர்வதேச அமைப்பு போன்ற துணை, பெறப்பட்ட, அல்லது பிற அலகுகள் அல்லது நிலையான குறியீடுகள்

அல்லது வரையறைகள் போன்ற அடிப்படை அலகுகள் அல்லது எடை அல்லது அளவீடுகள் தொடர்பாக மத்திய அரசு, இதற்காக உருவாக்கப்பட்ட விதிகளின் மூலம் குறிப்பிடலாம். சட்ட அளவியல் பரிந்துரைக்கலாம்.

(2) மத்திய அரசு, இதற்காக உருவாக்கப்பட்ட விதிகளின் மூலம், எடை மற்றும் அளவீடுகள் அல்லது சர்வதேச அமைப்பின் பொது மாநாடு என, எடை அல்லது அளவின் அலகுகள் தொடர்பாக, இயற்பியல் மாறிலிகள் மற்றும் விகிதங்கள் அல்லது குணகங்களின் மடங்குகள் மற்றும் துணைப் பெருக்கங்கள் ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடலாம். சட்ட அளவியல் பரிந்துரைக்கலாம்.

(3) எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் குறித்த பொது மாநாடு அல்லது சர்வதேச சட்ட அளவியல் அமைப்பு பரிந்துரைப்பது போன்ற எடை அல்லது அளவின் சிறப்பு அலகுகளை அவசியமாகக் கருதும் காலத்திற்கு, மத்திய அரசு அறிவிப்பின் மூலம் அறிவிக்கலாம்.

பிரிவு 13: எண்ணிக்கையின் அடிப்படை அலகு

(1) எண்களின் அடிப்படை அலகு இந்திய எண்களின் சர்வதேச வடிவத்தின் அலகு

(2) ஆகும்.

(3) ஒவ்வொரு எண்ணும் தசம முறையின்படி செய்யப்பட வேண்டும்.

(4) எண்களின் தசமப் பெருக்கல்கள் மற்றும் துணைப் பெருக்கல்கள் அத்தகைய மதிப்புகளைக் கொண்டதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் மத்திய அரசு, முந்தைய வெளியீட்டிற்குப் பிறகு, இதற்காக உருவாக்கப்பட்ட விதிகள் மூலம் குறிப்பிடலாம்.

என்று வழங்கினர்முன்மொழியப்பட்ட விதிகளின் வரைவு அதிகாரப்பூர்வ அரசிதழில் முதலில் வெளியிடப்பட்ட தேதியிலிருந்து ஆறு மாதங்கள் முடிவடைவதற்கு முன்பு அத்தகைய விதி எதுவும் செய்யப்படக்கூடாது.

பிரிவு 14: எடை அல்லது அளவின் தரநிலை அலகு

(1) Sec இல் குறிப்பிடப்பட்ட வெகுஜனத்தின் அடிப்படை அலகு. 6-மற்றும் Sec இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகளின் அடிப்படை அலகுகள். 5- மற்றும் நொடிகள். 7- லிருந்து 11 வரை (இரண்டும் உள்ளடக்கியது) மற்றும் துணை மற்றும் பிற அலகுகள் பிரிவுகளின் கீழ் உருவாக்கப்பட்ட விதிகளால் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. 12-, எடை அல்லது அளவின் நிலையான அலகுகளாக இருக்க வேண்டும்.

(2) பிரிவு அல்லது கீழ் குறிப்பிடப்பட்ட எண் அலகுகள். 13-எண்களின் நிலையான அலகுகளாக இருக்க வேண்டும்.

தேசிய முன்மாதிரிகள்

(1) கிலோகிராமின் மதிப்பைப் பெறுவதற்காக, மத்திய அரசு கிலோகிராமின் தேசிய முன்மாதிரியைத் தயாரிக்க வேண்டும் மற்றும் அதன் துல்லியத்தை சர்வதேச எடை மற்றும் அளவீடுகள் பணியகத்தால் சான்றளிக்க வேண்டும்.

கிலோகிராமின் சர்வதேச முன்மாதிரி மற்றும் அந்த அரசாங்கம் பொருத்தமானது என்று நினைக்கும் அத்தகைய காவலில் மற்றும் அத்தகைய இடத்தில் வைப்பு.

(2) மீட்டரின் மதிப்பைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்திற்காக, மத்திய அரசு மீட்டரின் தேசிய முன்மாதிரியைத் தயாரிக்கலாம் மற்றும் அத்தகைய முன்மாதிரி உருவாக்கப்படும்போது, அதன் துல்லியம் சர்வதேச எடைப் பணியகத்தால் சான்றளிக்கப்படும். மற்றும் அந்த அரசாங்கம் பொருத்தமானது என்று நினைக்கும்

அத்தகைய காவலில் மற்றும் அத்தகைய இடத்தில் அதை நடவடிக்கைகள் மற்றும் வைப்பு.

தேசிய தரநிலைகள்

(1) அடிப்படை அலகுகளின் மதிப்பைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்திற்காக, வெகுஜனத்தின் அடிப்படை அலகு தவிர, மத்திய அரசு அத்தகைய பொருள்கள் அல்லது உபகரணங்களைத் தயாரிக்க வேண்டும், அல்லது இரண்டையும், நோக்கத்திற்காகத் தேவையானது மற்றும் அவற்றின் துல்லியத்தை ஏற்படுத்தும். பொருள்கள் அல்லது உபகரணங்கள், அல்லது இரண்டும், சர்வதேச எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் பணியகத்தால் பரிந்துரைக்கப்பட்ட கால இடைவெளியில் சான்றளிக்கப்பட வேண்டும், மேலும், அத்தகைய சான்றிதழின் பின்னர் அத்தகைய பொருட்கள் அல்லது உபகரணங்களை அல்லது இரண்டையும் அத்தகைய காவலில் மற்றும் அத்தகைய இடத்தில் வைக்க வேண்டும். என அரசாங்கம் நினைக்கலாம்.

(2) Sec இன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள துணை மற்றும் பிற அலகுகளின் மதிப்பைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்திற்காக. 12-, மத்திய அரசு அத்தகைய பொருள்கள் அல்லது உபகரணங்களைத் தயார் செய்ய வேண்டும், அல்லது நோக்கத்திற்காகத் தேவையான இரண்டும் மற்றும் அத்தகைய பொருள்கள் அல்லது உபகரணங்களின் துல்லியம் அல்லது இரண்டும், அத்தகைய கால இடைவெளியில் மற்றும் அத்தகைய அதிகாரத்தால் சான்றளிக்கப்பட வேண்டும். பரிந்துரைக்கப்படலாம், மற்றும், சான்றளிக்கப்பட்ட பிறகு, அத்தகைய பொருட்கள் அல்லது உபகரணங்களை அல்லது இரண்டையும், அத்தகைய காவலில் மற்றும் அந்த அரசாங்கம் பொருத்தமானதாக நினைக்கும் இடத்தில் வைக்க வேண்டும்.

பிரிவு 17: தேசிய முன்மாதிரி மற்றும் தேசிய தரநிலை எவ்வாறு பராமரிக்கப்பட வேண்டும்

ஓவ்வொரு தேசிய முன்மாதிரியும் Sec இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. 15-மற்றும் ஓவ்வொரு பொருளும் அல்லது உபகரணங்களும் அல்லது இரண்டும், Sec இல் குறிப்பிடப்படுகின்றன. 16-, பரிந்துரைக்கப்படும் விதத்திலும், நிபந்தனைகளின் கீழும் வைக்கப்பட வேண்டும்.

பிரிவு 18: குறிப்பு, இரண்டாம் நிலை மற்றும் பணித் தரநிலைகள்

(1) ஓவ்வொரு -

(a) குறிப்பு தரநிலை,

(b) இரண்டாம் நிலை தரநிலை, மற்றும்

(c) வேலை தரநிலை, இந்தச் சட்டத்தால் அல்லது அதன் கீழ் நிறுவப்பட்ட தரநிலைகளுக்கு இணங்க வேண்டும் மற்றும் குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் மற்றும் பரிந்துரைக்கப்படும் முறைகளில் சரிபார்க்கப்பட்டு அங்கீகரிக்கப்படும்.

(2) ஓவ்வொரு குறிப்பு தரநிலை, ஓவ்வொரு இரண்டாம் நிலை தரநிலை மற்றும் ஓவ்வொரு வேலை தரநிலை ஆகியவை பரிந்துரைக்கப்படும் முறையிலும் அத்தகைய நிபந்தனைகளின் கீழ் வைக்கப்படும்.

பிரிவு 19: எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் போன்ற இயற்பியல் குணாதிசயங்களை பரிந்துரைக்கும் மத்திய அரசின் அதிகாரம்

(1) எந்தவொரு எடை அல்லது அளவீடு தொடர்பாகவும், சர்வதேச சட்ட அளவீட்டு அமைப்பின் பரிந்துரைகளின்படி, உடல் பண்புகள், கட்டமைப்பு, கட்டுமான விவரங்கள், பொருட்கள், உபகரணங்கள், செயல்திறன், சகிப்புத்தன்மை, முறைகள் அல்லது சோதனைகளின் செயல்முறைகளை மத்திய அரசு பரிந்துரைக்கும்: அத்தகைய

பரிந்துரைகள் எதுவும் செய்யப்படாத பட்சத்தில், மத்திய அரசு அது பொருத்தமாக கருதும் எடை அல்லது அளவீடு தொடர்பான உடல் பண்புகள், கட்டமைப்பு, கட்டுமான விவரங்கள், பொருட்கள், உபகரணங்கள், செயல்திறன், சகிப்புத்தன்மை, முறைகள் அல்லது சோதனைகளின் நடைமுறைகளை பரிந்துரைக்கும்.

(2) சர்வதேச சட்ட அளவீட்டு அமைப்பின் பரிந்துரையை நடைமுறைப்படுத்துவது நியாயமான முறையில் நடைமுறைக்கு சாத்தியமில்லாத பட்சத்தில், மத்திய அரசு, சர்வதேச சட்ட அளவீட்டு அமைப்பின் பரிந்துரையில் சிறிய அளவிலான மாற்றங்களைச் செய்யலாம். .

நிலையான எடை அல்லது அளவீடு சட்டம் 1976

(1) எந்த எடை அல்லது அளவீடும், அத்தகைய எடை அல்லது அளவின் நிலையான அலகுகளுக்கு இணங்குகிறது மற்றும் வினாடிகளின் விதிகளுக்கு இணங்குகிறது. 15-லிருந்து 19-(இரண்டும் உள்ளடக்கியது) அதற்குப் பொருந்துவது நிலையான எடை அல்லது அளவாக இருக்க வேண்டும்.

(2) பிரிவு விதிகளுக்கு இணங்கும் எந்த எண். 13 - நிலையான எண்ணாக இருக்க வேண்டும்.

நிலையான எடை, அளவு அல்லது எண்ணைத் தவிர, எடை, அளவு அல்லது எண் எதுவும் நிலையான எடை, அளவு அல்லது எண்ணாகப் பயன்படுத்தப்படாது.

தடைசெய்யப்பட்ட தரமற்ற எடை அல்லது அளவீடுகளை உற்பத்தி செய்தல்

இந்தச் சட்டத்தின் கீழ் நிறுவப்பட்ட எடை அல்லது அளவீட்டுத் தரங்களுக்கு இணங்காத வரையில் எந்த எடையும் அல்லது அளவையும் செய்யவோ அல்லது

தயாரிக்கவோ கூடாது. அல்லது இந்தச் சட்டத்தின் கீழ், அத்தகைய எடை அல்லது அளவீடு ஏதேனும் ஒரு விஞ்ஞானியின் நோக்கத்திற்காக பிரத்தியேகமாக தயாரிக்கப்பட்டு அல்லது தயாரிக்கப்பட்டிருந்தால்

எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் சட்டம், 1976 என்பது இந்தியாவில் ஒரு முக்கியமான சட்டமாகும், இது வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகத்தில் பயன்படுத்தப்படும் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளுக்கு ஒரே மாதிரியான தரநிலைகளை நிறுவுகிறது. சட்டம் பற்றிய சில முக்கிய புள்ளிகள் இங்கே:

நோக்கம்: வணிகப் பரிவர்த்தனைகள், தொழில்துறை உற்பத்தி மற்றும் நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்காகப் பயன்படுத்தப்படும் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளில் துல்லியம் மற்றும் நம்பகத்தன்மையை உறுதி செய்வதை இந்தச் சட்டம் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகள்: இந்தச் சட்டம் மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகள் இரண்டுக்கும் அந்தந்த அதிகார வரம்புகளுக்குள் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் தரநிலைகளை ஒழுங்குபடுத்தவும் செயல்படுத்தவும் அதிகாரம் அளிக்கிறது.

தரநிலை அமைப்புகள்: தேசிய மற்றும் மாநில அளவிலான தரநிலை அமைப்புகளை நிறுவுவதற்கு சட்டம் வழங்குகிறது. தேசிய அளவில், தேசிய இயற்பியல்

ஆய்வகம் (NPL) தேசிய தரங்களை பராமரித்தல் மற்றும் பரப்புவதற்கு பொறுப்பாகும். மாநில அளவிலான தரநிலை ஆய்வகங்கள் அந்தந்த மாநிலங்களுக்கள்ளேயே தரநிலைகளை பராமரிப்பதற்கு பொறுப்பாகும்.

சட்ட அளவியல்: சட்ட அளவியல் என்பது அளவீட்டு அறிவியல் என வரையறுக்கிறது மற்றும் எடை மற்றும் அளவிடும் கருவிகள், அலகுகள் மற்றும் வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகத்தில் பயன்படுத்தப்படும் முறைகளுக்கான தரங்களை அமைக்கிறது.

நிலையான அலகுகள்: இந்தச் சட்டம் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளின் மெட்ரிக் அமைப்பை அங்கீகரிக்கிறது மற்றும் அனைத்து வணிக பரிவர்த்தனைகளுக்கான தரநிலையாக சர்வதேச அலகு அமைப்பு (SI) ஐ ஏற்றுக்கொள்கிறது. SI அலகுகளில் மீட்டர், கிலோகிராம், இரண்டாவது, ஆம்பியர், கெல்வின், மோல் மற்றும் கேண்டெலா ஆகியவை அடங்கும்.

சரிபார்ப்பு மற்றும் முத்திரையிடுதல்: வர்த்தகம் அல்லது வணிக நோக்கங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் அனைத்து எடை மற்றும் அளவிடும் கருவிகளும் அங்கீகரிக்கப்பட்ட அதிகாரிகளால் சரிபார்க்கப்பட்டு, முத்திரையிடப்பட்டு, அவ்வப்போது மீண்டும் சரிபார்க்கப்பட வேண்டும். கருவிகள் துல்லியமானவை மற்றும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்வதை இது உறுதி செய்கிறது.

குற்றங்கள் மற்றும் அபராதங்கள்: சரிபார்க்கப்படாத அல்லது தரமற்ற எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள், கருவிகளை சேதப்படுத்துதல் மற்றும் பிற மோசடி நடைமுறைகள் உட்பட பல்வேறு குற்றங்கள் மற்றும் மீறல்களுக்கான அபராதங்களை

சட்டம் குறிப்பிடுகிறது. தண்டனைகளில் அபராதம் மற்றும் சிறைத்தண்டனை ஆகியவை அடங்கும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு: இந்தச் சட்டம் நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கான விதிகளையும் உள்ளடக்கியது. தொகுக்கப்பட்ட பொருட்களில் துல்லியமான எடைகள் மற்றும் அளவைகளைப் பயன்படுத்துவதை இது கட்டாயமாக்குகிறது, மேலும் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் தொடர்பான புகார்களைத்

தீர்ப்பதற்கு நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களை நிறுவுவதற்கு வழங்குகிறது.

அமலாக்கம்: மத்திய மற்றும் மாநில அளவில் அமலாக்க அதிகாரிகளின் எடைகள் மற்றும் அளவீடுகளுக்கான சட்ட கட்டமைப்பை இந்த சட்டம் நிறுவுகிறது. இந்த அதிகாரிகள் சட்டத்தின் விதிகளைச் செயல்படுத்துவதற்கும், ஆய்வுகளை மேற்கொள்வதற்கும், மீறுபவர்களுக்கு எதிராகத் தேவையான நடவடிக்கைகளை எடுப்பதற்கும் பொறுப்பாவார்கள்.

திருத்தங்கள்: பல ஆண்டுகளாக, சர்வதேச தரத்திற்கு ஏற்பவும், வளர்ந்து வரும் தேவைகளை நிவர்த்தி செய்யவும் சட்டம் திருத்தப்பட்டுள்ளது. தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றங்கள் மற்றும் மாறும் வர்த்தக நடைமுறைகளுக்கு ஏற்ப இது அவ்வப்போது மதிப்பாய்வு செய்யப்பட்டு புதுப்பிக்கப்படுகிறது.

எடைகள் மற்றும் அளவீடுகள் சட்டம், 1976 இன் கீழ் குறிப்பிட்ட விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள் அதிகார வரம்பைப் பொறுத்து மாறுபடலாம் மற்றும் சட்டத்தில் செய்யப்படும் ஏதேனும் திருத்தங்கள் ஆகியவற்றைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம்.

மருந்துகள் மற்றும் மந்திர வைத்தியம் (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரம்) சட்டம், 1954 என்பது மருந்துகள் மற்றும் மந்திர மருந்துகளின் விளம்பரங்களை ஒழுங்குபடுத்தும் ஒரு இந்தியச் சட்டமாகும். தி

இந்தச் சட்டத்தின் நோக்கம் போதைப்பொருள் தொடர்பான தவறான

விளம்பரங்களைத் தடுப்பதாகும், இது பொது சுகாதாரத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

சில மருந்துகளின் செயல்திறன், குறிப்பாக மாயாஜால அல்லது அதிசயமான பண்புகள் இருப்பதாகக் கூறும் விளம்பரங்களில் தவறான மற்றும் மிகைப்படுத்தப்பட்ட உரிமைகோரல்களின் சிக்கலைத் தீர்க்க இந்த சட்டம் இயற்றப்பட்டது. இது போன்ற விளம்பரங்களால் பொது மக்களை தவறாக

வழிநடத்துவதையும், விளம்பரங்களில் போதைப்பொருள் பற்றி உண்மையான மற்றும் அறிவியல் பூர்வமாக நிரூபிக்கப்பட்ட கூற்றுக்கள் மட்டுமே கூறப்படுவதை உறுதி செய்வதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

மருந்துகள் மற்றும் மந்திர தீர்வுகள் (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரம்) சட்டம், 1954 இன் முக்கிய விதிகள்:

தவறாக வழிநடத்தும் விளம்பரங்களைத் தடுப்பது: மருந்துகளின் செயல்திறன் அல்லது பயனைப் பற்றி தவறான, தவறாக வழிநடத்தும் அல்லது ஏமாற்றும் உரிமைகோரல்களை வெளியிடும் எந்த விளம்பரத்தையும் வெளியிடுவதையும் பரப்புவதையும் சட்டம் தடை செய்கிறது.

மந்திர மருந்துகளுக்கான விளம்பரங்களைத் தடை செய்தல்: எந்தவொரு நோய் அல்லது நிலையையும் சிகிச்சை, கண்டறிதல், தடுப்பு அல்லது குணப்படுத்துவதில் மாயாஜால அல்லது இயற்கைக்கு அப்பாற்பட்ட பண்புகளைக் கொண்டிருப்பதாகக் கூறும் விளம்பரங்களைச் சட்டம் குறிப்பாகத் தடை செய்கிறது.

குற்றங்களுக்கான தண்டனை: அபராதம் மற்றும் சிறைத்தண்டனை உட்பட மீறல்களுக்கான தண்டனைகளை சட்டம் குறிப்பிடுகிறது. ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரங்களை வெளியிடுவதில் ஈடுபட்டுள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் மீது வழக்குத் தொடர இது வழங்குகிறது.

ஒழுங்குமுறை ஆணையம்: மருந்துகள் மற்றும் மந்திர மருந்துகளின் விளம்பரங்களை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கும் கட்டுப்படுத்துவதற்கும் ஒரு அதிகாரியை நியமிக்க மத்திய அரசுக்கு சட்டம் அதிகாரம் அளிக்கிறது. அத்தகைய மருந்துகளின் உற்பத்தி மற்றும் விற்பனைக்கான உரிமங்களை வழங்க அல்லது ரத்து செய்ய இந்த

அதிகாரம் உள்ளது.

இந்தச் சட்டம் முதன்மையாக மருந்துகளை கட்டுப்படுத்துவதை விட விளம்பரங்களில் கவனம் செலுத்துகிறது என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். விளம்பரங்கள் மூலம் தவறான அல்லது தவறான உரிமைகோரல்களை ஊக்குவிப்பதைத் தடுப்பது மற்றும் சாத்தியமான தீங்குகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதே இதன் நோக்கம்.

நுகர்வோர் வக்காலத்து குழுக்கள் அல்லது நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் என அழைக்கப்படும் நுகர்வோர் அழுத்த குழுக்கள், நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களை மேம்படுத்துவதற்கும் பாதுகாப்பதற்கும் செயல்படும் நிறுவனங்கள் ஆகும். இந்த குழுக்கள் நியாயமான வணிக நடைமுறைகள், தயாரிப்பு பாதுகாப்பு மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகளை உறுதி செய்வதன் மூலம் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளில் மாற்றங்கள், நுகர்வோர் பிரச்சனைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துதல் மற்றும் நுகர்வோருக்கு ஆதரவு மற்றும் தகவல்களை வழங்குவதன் மூலம் உறுதிப்படுத்துகின்றன.

நன்கு அறியப்பட்ட நுகர்வோர் அழுத்த குழுக்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே:

நுகர்வோர் அறிக்கைகள்: நுகர்வோர் அறிக்கைகள் என்பது ஒரு இலாப நோக்கற்ற அமைப்பாகும், இது சுயாதீனமான தயாரிப்பு சோதனைகளை நடத்துகிறது மற்றும் நுகர்வோர் தகவலறிந்த கொள்முதல் முடிவுகளை எடுக்க உதவும் வகையில் பக்கச்சார்பற்ற மதிப்பீடுகள் மற்றும் மதிப்புரைகளை வழங்குகிறது. அவர்கள் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பாதுகாப்புக்காகவும் வாதிடுகின்றனர்.

பொது குடிமகன்: பொது குடிமகன் என்பது நுகர்வோர் உரிமைகள், தயாரிப்பு பாதுகாப்பு, சுகாதாரம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு உள்ளிட்ட பல்வேறு சிக்கல்களில் கவனம் செலுத்தும் ஒரு நுகர்வோர் வக்கீல் குழுவாகும். அவர்கள் நுகர்வோர் நலன்களை மேம்படுத்துவதற்காக ஆராய்ச்சி, பரப்புரை மற்றும் பொது

கல்வி பிரச்சாரங்களில் ஈடுபடுகின்றனர்.

நேஷனல் கன்ஸ்யூமர் லீக் (NCL): நேஷனல் கன்ஸ்யூமர் லீக் என்பது ஒரு இலாப நோக்கற்ற அமைப்பாகும், இது 1899 முதல் நுகர்வோருக்காக வாதிட்டு வருகிறது. அவர்கள் மோசடி தடுப்பு, தொழிலாளர் உரிமைகள் மற்றும் நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகள் போன்ற பிரச்சினைகளில் வேலை செய்கிறார்கள். NCL ஆனது மோசடிகள் மற்றும் மோசடிகள் பற்றி நுகர்வோருக்குக் கற்பிக்க Fraud.org வலைத்தளத்தையும் இயக்குகிறது.

அமெரிக்காவின் நுகர்வோர் கூட்டமைப்பு (CFA): அமெரிக்காவின் நுகர்வோர் கூட்டமைப்பு என்பது நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் முன்னேற்றத்திற்காக செயல்படும் நுகர்வோர் அமைப்புகளின் சங்கமாகும்.

நியாயமான சந்தையை ஊக்குவிக்கவும். அவை நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, நிதிச் சேவைகள் மற்றும் எரிசக்திக் கொள்கை போன்ற பகுதிகளில் கவனம் செலுத்துகின்றன.

இது ஐக்கிய இராச்சியத்தை தளமாகக் கொண்ட ஒரு நுகர்வோர் வக்காலத்து குழு. நிதித் தயாரிப்புகள், உபகரணங்கள் மற்றும் பயணம் உட்பட, பரந்த அளவிலான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளில் அவை சுயாதீன மதிப்பரைகள் மற்றும் ஆலோசனைகளை வழங்குகின்றன. இது நுகர்வோர் உரிமைகளுக்காக பிரச்சாரம் செய்கிறது மற்றும் கொள்கை மற்றும் சட்டத்தில் செல்வாக்கு செலுத்துகிறது.

பொது நலனில் அறிவியல் மையம் (CSPI): CSPI என்பது உணவு மற்றும் ஊட்டச்சத்து பிரச்சினைகளில் கவனம் செலுத்தும் ஒரு நுகர்வோர் வாதிடும் அமைப்பாகும். உணவுத் துறையின் நடைமுறைகளை மேம்படுத்தவும், ஆரோக்கியமான உணவுமுறைகளை மேம்படுத்தவும், உணவுப் பொருட்களின் ஊட்டச்சத்து உள்ளடக்கம் மற்றும் பாதுகாப்பு பற்றிய தகவல்களை நுகர்வோருக்கு வழங்கவும் அவை செயல்படுகின்றன.

இந்த நிறுவனங்கள், மற்றவற்றுடன், நுகர்வோர் நலன்களை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவதிலும், நுகர்வோரை மேம்படுத்துவதிலும், நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பாதுகாப்பிற்கு முன்னுரிமை அளிக்கும் கொள்கைகளுக்காக வாதிடுவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

நுகர்வோர் வக்கீல் குழுக்கள் அல்லது நுகர்வோர் சங்கங்கள் என அழைக்கப்படும் தன்னார்வ நுகர்வோர் நிறுவனங்கள், நுகர்வோர் அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்காகப் பணியாற்றும் இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்கள் ஆகும். இந்த நிறுவனங்கள் நியாயமான வணிக நடைமுறைகள், நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் கொள்கை சீர்திருத்தங்களுக்கு ஆதரவளிப்பதன் மூலம் நுகர்வோர் நலனை மேம்படுத்துவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

இங்கே சில நன்கு அறியப்பட்ட தன்னார்வ நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் உள்ளன:

நுகர்வோர் அறிக்கைகள்: நுகர்வோர் அறிக்கைகள் என்பது ஒரு முக்கிய இலாப நோக்கமற்ற அமைப்பாகும், இது பாரபட்சமற்ற தயாரிப்பு சோதனை, மதிப்புகள் மற்றும் மதிப்பீடுகளை வழங்குகிறது, இது நுகர்வோர் தகவல் வாங்குதல் முடிவுகளை எடுக்க உதவுகிறது. உபகரணங்கள், எலக்ட்ரானிக்ஸ், வாகனங்கள் மற்றும் பல போன்ற பல்வேறு வகைகளில் அவை சுயாதீனமான ஆராய்ச்சி மற்றும் சோதனைகளை நடத்துகின்றன.

அமெரிக்காவின் நுகர்வோர் கூட்டமைப்பு (CFA): அமெரிக்காவின் நுகர்வோர் கூட்டமைப்பு என்பது 250 க்கும் மேற்பட்ட நுகர்வோர் அமைப்புகளின் சங்கமாகும், அவை நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் கொள்கைகளை மேம்படுத்த ஒன்றாகச் செயல்படுகின்றன. நுகர்வோர் உரிமைகள், நியாயமான விலை நிர்ணயம், நிதிச் சேவைகள் மற்றும் தயாரிப்புப் பாதுகாப்பு போன்ற சிக்கல்களில் அவை கவனம் செலுத்துகின்றன.

நேஷனல் கன்ஸ்யூமர்ஸ் லீக் (NCL): நேஷனல் கன்ஸ்யூமர்ஸ் லீக் என்பது ஒரு இலாப நோக்கமற்ற அமைப்பாகும், இது நுகர்வோர் உரிமைகளுக்காக வாதிடுகிறது மற்றும் நுகர்வோர் சந்தையில் செல்ல உதவும் கல்வி ஆதாரங்களை வழங்குகிறது. அவை மோசடி, சுகாதாரம், தொழிலாளர் உரிமைகள் மற்றும் தனியுரிமை போன்ற பலவிதமான பிரச்சினைகளை தீர்க்கின்றன.

பொதுக் குடிமகன்: பொதுக் குடிமகன் என்பது பல்வேறு கொள்கை விவாதங்களில் பொது நலனைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்ட ஒரு நுகர்வோர் வாதிடும் அமைப்பாகும். அவர்கள் சுகாதாரம், சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு, நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் அரசாங்க பொறுப்புக்கூறல் போன்ற பிரச்சினைகளில் வேலை செய்கிறார்கள்.

நுகர்வோர் சங்கம்: நுகர்வோர் சங்கம் என்பது நுகர்வோர் அறிக்கைகளின் கொள்கை மற்றும் வாதிடும் பிரிவாகும். நுகர்வோர்-நட்பு கொள்கைகளுக்கு ஆதரவளிப்பதன் மூலமும், பல்வேறு நுகர்வோர் தொடர்பான தலைப்புகளில் ஆராய்ச்சி மேற்கொள்வதன் மூலமும் நியாயமான மற்றும் பாதுகாப்பான சந்தையை மேம்படுத்துவதற்கு அவர்கள் வேலை செய்கிறார்கள்.

இந்த நிறுவனங்கள் பொதுவாக ஆராய்ச்சி, கொள்கை பகுப்பாய்வு, பொது விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்கள், பரப்புரை மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாக்க சட்ட நடவடிக்கை போன்ற நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றன. நுகர்வோர் தங்கள் கவலைகளைக் கூறுவதற்கும், பரிகாரம் தேடுவதற்கும், தகவலறிந்த தேர்வுகளைச் செய்வதற்கு நம்பகமான தகவல்களை அணுகுவதற்கும் அவை ஒரு தளத்தை வழங்குகின்றன.

சட்டத்தில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ள "மேஜிக் பரிகாரம்" என்பது ஒரு தாயத்து, மந்திரம், கவாச்சா மற்றும் மனிதர்களில் ஏதேனும் நோயைக் கண்டறிதல், குணப்படுத்துதல், தணித்தல், சிகிச்சை அல்லது தடுப்பு ஆகியவற்றில் அற்புத சக்திகளைக் கொண்டிருப்பதாகக் கூறப்படும் எந்த வகையான அழகும் அடங்கும். விலங்குகள் அல்லது மனிதர்கள் அல்லது விலங்குகளின் உடலின் கட்டமைப்பை அல்லது எந்தவொரு கரிமச் செயல்பாட்டையும் எந்த வகையிலும் பாதிக்க அல்லது பாதிக்கிறது.

நோக்கங்கள்:

- சில சந்தர்ப்பங்களில் மருந்துகளின் விளம்பரத்தைக் கட்டுப்படுத்த.
- மாயாஜால குணங்கள் இருப்பதாகக் கூறப்படும் மருந்துகளின் விளம்பரத்தைத் தடை செய்ய

பொருந்தக்கூடிய தன்மை:

மருந்துகள் மற்றும் மந்திர தீர்வுகள் (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரம்) சட்டம் 1954 இல் இயற்றப்பட்டது.

- மருந்துகளின் விளம்பர முறையை ஒழுங்குபடுத்துதல்
- மாயாஜால குணங்களைக் கொண்டதாகக் கருதப்படும் சிகிச்சைகளின் விளம்பரத்தைத் தடை செய்ய,
- தீங்கு விளைவிக்கும் மருந்துகளின் சுய மருந்துகளைத் தடுக்க. சட்டம் நோய்கள் மற்றும் பட்டியலிடுகிறதுஎந்த விளம்பரத்தின் மரியாதை கோளாறுகள்

தடை

செய்யப்பட்டது.

தண்டனைகள்:

சட்டத்தின் கீழ் குற்றம் நடந்தால், தண்டனை அடங்கும்:

- முதல் குற்றம் நிரூபிக்கப்பட்டால், அதிகபட்சம் 6 மாதங்கள் வரை சிறைத்தண்டனை அல்லது அபராதம் அல்லது இரண்டும் மற்றும்
- அடுத்தடுத்து குற்றம் நிரூபிக்கப்பட்டால், 1 வருடம் வரை நீட்டிக்கக்கூடிய சிறைத்தண்டனை, அல்லது அபராதம் அல்லது இரண்டும்.

நுகர்வோர் அழுத்தம்

குழுக்கள் அறிமுகம்

- பிரஷர் குரூப் என்பது அவர்களின் பொதுவான நலனை மேம்படுத்துவதற்கும் பாதுகாப்பதற்கும் தீவிரமாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட நபர்களின் குழுவாகும். ஒரு கொண்டு வர முயற்சிப்பதால் இது அவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறது அரசாங்கத்தின் மீது அழுத்தம் கொடுப்பதன் மூலம் பொதுக் கொள்கையில் மாற்றம். இது அரசாங்கத்திற்கும் அதன் உறுப்பினர்களுக்கும் இடையில் ஒரு இணைப்பாக செயல்படுகிறது.
- அழுத்தம் குழுக்கள் வட்டி குழுக்கள் அல்லது சொந்த குழுக்கள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன. அவர்கள் அரசியல் கட்சிகளிலிருந்து வேறுபட்டவர்கள், ஏனெனில் அவர்கள் தேர்தலில் போட்டியிடவோ அல்லது அரசியல் அதிகாரத்தை கைப்பற்றவோ முயற்சிக்கவில்லை. அவர்கள் குறிப்பிட்ட

திட்டங்கள் மற்றும் சிக்கல்களில் அக்கறை கொண்டுள்ளனர் மற்றும் அவர்களின் செயல்பாடுகள் அரசாங்கத்தில் செல்வாக்கு செலுத்துவதன் மூலம் அவர்களின் உறுப்பினர்களின் நலன்களைப் பாதுகாப்பதிலும் மேம்படுத்துவதிலும் மட்டுமே உள்ளன.

- பிரஷர் குழுக்கள், பரப்புரை, கடிதப் போக்குவரத்து, விளம்பரம், பிரச்சாரம், மனு செய்தல், பொது விவாதம், தங்கள் சட்டமன்ற உறுப்பினர்களுடன் தொடர்புகளைப் பேணுதல் மற்றும் பல போன்ற சட்ட மற்றும் சட்டபூர்வமான முறைகள் மூலம் அரசாங்கத்தில் கொள்கை உருவாக்கம் மற்றும் கொள்கை அமலாக்கத்தில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன.

அழுத்தக் குழுக்களால் பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்கள்

அழுத்தக் குழுக்கள் தங்கள் நோக்கங்களைப் பாதுகாப்பதில் மூன்று வெவ்வேறு நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன.

- தேர்தல் பிரச்சாரம்:சம்பந்தப்பட்ட அழுத்தக் குழு ஊக்குவிக்க விரும்பும் நலன்களுக்குச் சாதகமாகச் செயல்படும் நபர்களை பொது அலுவலகத்தில் வைப்பது.
- பரப்புரை:பொது அதிகாரிகளை வற்புறுத்துதல், அவர்கள் ஆரம்பத்தில் அவர்களுக்கு சாதகமாக இருந்தாலும் இல்லாவிட்டாலும், அவர்களின் நலன்களுக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும் என்று அவர்கள் நினைக்கும் கொள்கைகளை ஏற்று செயல்படுத்தவும்.
- பிரச்சாரம்:மக்களாட்சியில் அரசாங்கம் பொதுமக்களின் கருத்துக்களால் கணிசமான அளவில் பாதிக்கப்படுவதால், பொதுக் கருத்தைப் பாதிக்கிறது
- மற்றும் அதன் மூலம் அரசாங்கத்தின் மீது மறைமுக செல்வாக்கைப்

பெறுகிறது.

அழுத்தம் குழுக்களின் பண்புகள்

- சில ஆர்வங்களின் அடிப்படையில்:ஒவ்வொரு அழுத்தக் குழுவும் சில நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு தன்னை ஒழுங்கமைத்து அரசியல் அமைப்புகளில் அதிகாரக் கட்டமைப்பை ஏற்க முயற்சிக்கிறது.
- நவீன மற்றும் பாரம்பரிய வழிமுறைகளின் பயன்பாடு:அரசியல் கட்சிகளுக்கு நிதியுதவி செய்வது, தேர்தல் நேரத்தில் தங்களின் நெருங்கிய வேட்பாளர்களுக்கு நிதியுதவி செய்வது மற்றும் அதிகாரத்துவத்தை திருப்திப்படுத்துவது போன்ற நுட்பங்களை அவர்கள் கடைப்பிடிக்கின்றனர். அவர்களின் பாரம்பரிய வழிமுறைகளில் சாதி, மதம் மற்றும் மத உணர்வுகளைப் பயன்படுத்தி அவர்களின் நலன்களை மேம்படுத்துவது அடங்கும்.
- வளங்களின் மீதான அழுத்தம் மற்றும் தேவைகள் அதிகரிப்பதன் விளைவாக:சமூகத்தின் பல்வேறு மற்றும் போட்டியிடும் பிரிவுகளின் வளங்கள் மீதான வளங்களின் பற்றாக்குறை, உரிமைகோரல்கள் மற்றும் எதிர் உரிமைகோரல்கள் அழுத்தம் குழுக்களின் எழுச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது.
- அரசியல் கட்சிகளின் போதாமைகள்:அழுத்தம் குழுக்கள் முதன்மையாக அரசியல் கட்சிகளின் போதாமையின் விளைவாகும்.
- மாறும் நனவைக் குறிக்கவும்:உதாரணமாக, உணவு உற்பத்தி அல்லது தொழில்துறை பொருட்களின் அதிகரிப்பு தனிநபர்களும் குழுக்களும் உலகைப்

பார்க்கும் விதத்தில் மாற்றத்தைக் கொண்டுவருகிறது. உற்பத்தியில் ஏற்படும் தேக்க நிலை மரணத்திற்கு வழிவகுக்கிறது ஆனால் உற்பத்தி அதிகரிப்பு கோரிக்கைகள், எதிர்ப்புகள் மற்றும் புதிய அழுத்தக் குழுக்களை உருவாக்க வழிவகுக்கிறது.

அழுத்த குழுக்களின் வகைகள்

- **நிறுவன ஆர்வக் குழுக்கள்:**இந்த குழுக்கள் முறையாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டவை, இதில் தொழில் ரீதியாக வேலை செய்யும் நபர்கள் உள்ளனர். அவர்கள் அரசாங்க இயந்திரத்தின் ஒரு அங்கம் மற்றும் தங்கள் செல்வாக்கைச் செலுத்த முயற்சி செய்கிறார்கள். இந்தக் குழுக்களில் அரசியல் கட்சிகள், சட்டமன்றங்கள், இராணுவங்கள், அதிகாரத்துவங்கள் போன்றவை அடங்கும். அத்தகைய சங்கம் எதிர்ப்பை எழுப்பும் போதெல்லாம் அது அரசியலமைப்பு வழிமுறைகள் மற்றும் விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளின்படி செய்கிறது.

எடுத்துக்காட்டு: ஐஏஎஸ் சங்கம், ஐபிஎஸ் சங்கம், மாநில சிவில் சர்வீசஸ் சங்கம் போன்றவை.

- **கூட்டமைப்பு ஆர்வக் குழுக்கள்:**இவை ஆர்வத்தை வெளிப்படுத்துவதற்காக உருவாக்கப்பட்ட சிறப்புக் குழுக்கள், ஆனால் வரையறுக்கப்பட்ட இலக்குகளைத் தொடரும். இதில் தொழிற்சங்கங்கள், வணிகர்கள் மற்றும் தொழிலதிபர்களின் அமைப்புகள் மற்றும் குடிமக்கள் குழுக்கள் அடங்கும்.
- பெங்கால் வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறை, இந்திய வர்த்தக சங்கம், AITUC (அனைத்திந்திய தொழிற்சங்க காங்கிரஸ்), ஆசிரியர் சங்கங்கள், இந்திய தேசிய மாணவர் சங்கம் (NSUI) போன்ற மாணவர் சங்கங்கள் போன்றவை

இந்தியாவில் உள்ள சங்க ஆர்வக் குழுக்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் .

- **அனோமிக் ஆர்வக் குழுக்கள்:**அனோமிக் பிரஷர் குழுக்களின் மூலம், கலவரங்கள், ஆர்ப்பாட்டங்கள், படுகொலைகள் போன்ற சமூகத்தில் இருந்து
- அரசியல் அமைப்பில் தன்னிச்சையான முன்னேற்றத்தை அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ குறிக்கிறோம்.
- **சங்கம் அல்லாத ஆர்வக் குழுக்கள்:**இவை உறவினர்கள் மற்றும் பரம்பரை குழுக்கள் மற்றும் இன, பிராந்திய, நிலை மற்றும் வர்க்க குழுக்கள் தனிநபர்கள், குடும்பம் மற்றும் மத தலைவர்களின் அடிப்படையில் நலன்களை வெளிப்படுத்துகின்றன. இந்த குழுக்கள் முறைசாரா அமைப்பைக் கொண்டுள்ளன. ஜாதி குழுக்கள், மொழி குழுக்கள் போன்றவை இதில் அடங்கும்.

இந்தியாவில் அழுத்தம் குழுக்கள்

- **வணிகக் குழுக்கள்** -இந்திய வர்த்தக மற்றும் தொழில் சம்மேளனம் (FICCI), இந்திய வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையின் அசோசியேட்டட் சேம்பர் (ASSOCHAM), அகில இந்திய உணவு தானிய வியாபாரிகள் சங்கத்தின் கூட்டமைப்பு (FAIFDA) போன்றவை.
- **தொழிற்சங்கங்கள்** -அகில இந்திய தொழிற்சங்க காங்கிரஸ் (AITUC), இந்திய தேசிய தொழிற்சங்க காங்கிரஸ் (INTUC), ஹிந்த் மஸ்தூர் சபா (HMS), பாரதிய மஸ்தூர் சங்கம் (BMS)
- **தொழில்முறை குழுக்கள்** -இந்திய மருத்துவ சங்கம் (IMA), இந்திய பார் கவுன்சில் (BCI), அகில இந்திய பல்கலைக்கழகம் மற்றும் கல்லூரி

ஆசிரியர்களின் கூட்டமைப்பு (AIFUCT)

- விவசாய குழுக்கள்-அகில இந்திய கிசான் சபா, பாரதிய கிசான் யூனியன் போன்றவை
- மாணவர் அமைப்புகள்-அகில பாரதிய வித்யார்த்தி பரிஷத் (ABVP), அகில இந்திய மாணவர் கூட்டமைப்பு (AISF), இந்திய தேசிய மாணவர் சங்கம் (NSUI)
- மதக் குழுக்கள் -ராஷ்ட்ரிய ஸ்வயம் சேவக் சங்கம் (ஆர்எஸ்எஸ்), விஷ்வ
- ஹிந்து பரிஷத் (விஎச்பி), ஜமாத்-இ-இஸ்லாமிக் போன்றவை.
- சாதி குழுக்கள் -ஹரிஜன சேவக் சங்கம், நாடார் சாதி சங்கம் போன்றவை
- மொழியியல் குழுக்கள் -தமிழ்ச் சங்கம், ஆந்திர மகா சபை போன்றவை
- பழங்குடியினர் குழுக்கள் -நாகாலாந்தின் தேசிய சோசலிஸ்ட் கவுன்சில் (NSCN), திரிபுராவில் உள்ள பழங்குடி தேசிய தொண்டர்கள் (TNU), யுனைடெட் மிசோ ஃபெடரல் அமைப்பு, அசாமின் பழங்குடியினர் லீக் போன்றவை.
- கருத்தியல் அடிப்படையிலான குழுக்கள் -நர்மதா பச்சாவோ அந்தோலன், சிப்கோ இயக்கம், பெண்கள் உரிமைகள் அமைப்பு, ஊழலுக்கு எதிரான இந்தியா போன்றவை.
- அனோமிக் குழுக்கள் -நக்சலைட் குழுக்கள், ஜம்மு மற்றும் காஷ்மீர் விடுதலை முன்னணி (JKLF), அஸ்ஸாம் ஐக்கிய விடுதலை முன்னணி (ULFA), தல் கல்சா போன்றவை.

அழுத்தம் குழுக்களின் செயல்பாடுகள், பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவம்

- ஆர்வக் கருத்து:அழுத்தக் குழுக்கள் மக்களின் கோரிக்கைகள் மற்றும் தேவைகளை முடிவெடுப்பவர்களின் கவனத்திற்குக் கொண்டு வருகின்றன. மக்களின் உரிமைகோரல்கள் படிமமாக்கப்பட்டு வெளிப்படுத்தப்படும் செயல்முறை வட்டிக் கலைப்பு என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- அரசியல் சமூகமயமாக்கலின் முகவர்கள்:அரசியல் செயல்முறையை நோக்கிய மக்களின் நோக்குநிலையை பாதிக்கும் வரையில் அழுத்தக் குழுக்கள் அரசியல் சமூகமயமாக்கலின் முகவர்களாகும். இந்த குழுக்கள் மக்களுக்கும் அரசாங்கத்திற்கும் இடையே இருவழி தொடர்பு இணைப்புகளாக முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.
- அழுத்தக் குழுக்கள் சட்டமியற்றும் செயல்பாட்டில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன, ஆர்வத்தை வெளிப்படுத்தும் முக்கிய கட்டமைப்புகளாக மட்டுமல்லாமல், செயலில் ஈடுபட்டுள்ள நிறுவனங்களாகவும் உள்ளன. அரசாங்கத்தின் சட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளில் விரும்பிய சட்டங்கள் அல்லது திருத்தங்களைப் பாதுகாப்பதற்காக சட்டமன்ற உறுப்பினர்களுடன் பரப்புரை செய்வதில்.
- பல்வேறு அரசியல் கட்சிகளின் தேர்தல் அறிக்கைகள் தயாரிக்கும் நேரம் முதல் சட்டமன்ற உறுப்பினர்களால் சட்டங்களை இயற்றுவது வரை, அழுத்தக் குழுக்கள் விதிகளை உருவாக்கும் செயல்முறையுடன் தொடர்புடையவை.
- அழுத்தம் குழுக்கள் மற்றும் நிர்வாகம்:நிர்வாகத்தின் செயல்பாட்டில் அழுத்தக் குழுக்கள் தீவிரமாக ஈடுபட்டுள்ளன. அதிகாரத்துவத்துடன் பரப்புரை செய்வதன் மூலம், அழுத்தக் குழுக்கள் பொதுவாக கொள்கை அமலாக்க

செயல்முறையில் செல்வாக்கு செலுத்தும் நிலையில் இருக்கும்.

- நீதித்துறை நிர்வாகத்தில் பங்கு:அழுத்தக் குழுக்கள் தங்கள் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கும் பாதுகாப்பதற்கும் நீதித்துறை முறையைப் பயன்படுத்த முயல்கின்றன. அரசாங்கத்திற்கு எதிரான தங்கள் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கும், ஒரு குறிப்பிட்ட முடிவு அல்லது கொள்கையை அரசியலமைப்பிற்கு முரணானதாக அறிவிக்கவும், வட்டி குழுக்கள் பெரும்பாலும் நீதிமன்றத்தை அணுகுகின்றன.
- பொதுக் கருத்தை உருவாக்குவதில் அழுத்தக் குழுக்கள் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. ஒவ்வொரு அழுத்தக் குழுவும் அது பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் நலன்களை நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ கொண்டுள்ள சட்டங்கள், விதிகள், முடிவுகள் மற்றும் கொள்கைகள் அனைத்தையும் மதிப்பீடு செய்வதில் தொடர்ந்து ஈடுபட்டுள்ளது. மக்கள் ஆதரவைப் பெறுவதற்கும் அரசாங்கத்தின் கவனத்தை ஈர்ப்பதற்கும் இது எப்போதும் நன்மை தீமைகளை அதன் உறுப்பினர்களுக்கு முன் மட்டுமல்ல, பொது மக்களுக்கும் முன் வைக்கிறது.
- தகவல் பிரச்சாரங்கள், கூட்டங்களை ஏற்பாடு செய்தல், மனு தாக்கல் செய்தல் போன்றவற்றின் மூலம் அவர்களின் குறிக்கோள்கள் மற்றும் அவர்களின் செயல்பாடுகளுக்கு பொதுமக்கள் ஆதரவையும் அனுதாபத்தையும் பெற முயல்கின்றனர். இந்த குழுக்களில் பெரும்பாலானவை இந்த பிரச்சினைகளுக்கு கவனம் செலுத்தும் வகையில் ஊடகங்களில் செல்வாக்கு செலுத்த முயல்கின்றன.

- அழுத்தக் குழுக்கள் அரசாங்கத்தின் தரத்தை மேம்படுத்த உதவுகின்றன. பாதிக்கப்பட்ட குழுக்களுடன் கலந்தாலோசிப்பது சுதந்திரமான சமூகத்தில் முடிவுகளை எடுப்பதற்கான பகுத்தறிவு வழி. முடிவெடுக்கும் செயல்முறையின் தரத்தை மேம்படுத்துவதன் மூலம் அரசாங்கத்தை மிகவும் திறமையானதாக்குகிறது - இந்தக் குழுக்களால் வழங்கப்படும் தகவல் மற்றும் ஆலோசனைகள் அரசாங்கக் கொள்கை மற்றும் சட்டத்தின் தரத்தை மேம்படுத்த உதவுகிறது.
- சுதந்திரமாக செயல்படும் அழுத்தக் குழுக்கள் தாராளவாத ஜனநாயகத்தின் பயனுள்ள செயல்பாட்டிற்கு அவசியம்.
 - அவர்கள் அரசாங்கத்திற்கும் சமூகத்திற்கும் இடையில் ஒரு முக்கிய இடைத்தரகர் நிறுவனமாக சேவை செய்கிறார்கள்;
 - அவர்கள் அரசியல் அதிகாரத்தை சிதறடிக்க உதவுகிறார்கள்;
 - அவை சக்தியின் செறிவை சமநிலைப்படுத்த முக்கியமான எதிர் எடைகளை வழங்குகின்றன.
- அழுத்தக் குழுக்கள் புதிய கவலைகள் மற்றும் சிக்கல்களை அரசியல் நிகழ்ச்சி நிரலை அடையச் செய்கின்றன, இதன் மூலம் சமூக முன்னேற்றத்தை எளிதாக்குகிறது மற்றும் சமூக தேக்கத்தைத் தடுக்கிறது. உதாரணமாக, பெண்கள் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் இயக்கங்கள்.
- தனிப்பட்ட மற்றும் கூட்டுக் குறைகள் மற்றும் கோரிக்கைகளுக்கு 'பாதுகாப்பு வால்வு' கடையை வழங்குவதன் மூலம் அழுத்தம் குழுக்கள் சமூக ஒற்றுமை மற்றும் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மையை அதிகரிக்கின்றன.

- அரசாங்கத்தின் மோசமான கொள்கைகள் மற்றும் தவறான செயல்களை அம்பலப்படுத்துவதன் மூலம் எதிர்க்கட்சி அரசியல் கட்சிகளின் பணியை அழுத்தக் குழுக்கள் பூர்த்தி செய்கின்றன. அழுத்தம் குழுக்கள் அதன் மூலம் வாக்காளர்களுக்கு முடிவெடுப்பவர்களின் பொறுப்புணர்வை மேம்படுத்துகின்றன.

- அழுத்தக் குழுக்கள் மக்களுக்கு கல்வி கற்பிக்கவும், தரவைத் தொகுக்கவும் மற்றும் கொள்கை வகுப்பாளர்களுக்கு குறிப்பிட்ட தகவலை வழங்கவும் உதவுகின்றன; இதனால், அவை முறைசாரா ஆதாரமாக செயல்படுகின்றன

தகவல். அரசியலில் பல குழுக்களின் செயலில் ஆக்கபூர்வமான பங்கேற்பு தனிப்பட்ட குழு நலன்களுடன் பொது நலன்களை சரிசெய்ய உதவுகிறது.

அழுத்தம் குழுக்களின் குறைபாடுகள்

- குறுகிய சுயநல நலன்கள்:மேற்கூலகின் வளர்ந்த நாடுகளில் உள்ள அழுத்தக் குழுக்களைப் போலல்லாமல், இந்தியாவில் பொருளாதார, சமூக, கலாச்சார நலன்கள் போன்றவற்றைப் பாதுகாப்பதற்காக இவை மாறாமல் ஒழுங்கமைக்கப்படுகின்றன, இந்தக் குழுக்கள் மத, பிராந்திய மற்றும் இனப் பிரச்சினைகளைச் சுற்றி ஒழுங்கமைக்கப்படுகின்றன. பல சமயங்களில் சாதி மற்றும் மதத்தின் காரணிகள் சமூகப் பொருளாதார நலன்களை மறைத்து விடுகின்றன. இதன் விளைவு, அரசியல் நிர்வாகச் செயல்பாட்டில் பயனுள்ள நோக்கத்திற்குச் சேவை செய்வதற்குப் பதிலாக, குறுகிய சுயநலன்களுக்காகச் செயல்படும் நிலைக்குத் தள்ளப்பட்டுள்ளனர்.

- அதிகார துஷ்பிரயோகம்:அழுத்தக் குழுக்கள் அரசியல் செயல்பாட்டில்

செல்வாக்கு செலுத்துவதற்குப் பதிலாக, அவை அரசியல் நலன்களைப் பேணுவதற்கான கருவிகளாகவும் கருவிகளாகவும் மாறுகின்றன.

- **உறுதியற்ற தன்மை:**பெரும்பாலான அழுத்தக் குழுக்களுக்கு தன்னாட்சி இருப்பு இல்லை; அவர்கள் நிலையற்றவர்கள் மற்றும் அர்ப்பணிப்பு இல்லாதவர்கள், அவர்களின் விகிதாசம் அரசியல் சூழ்நிலைகளுடன் மாறுகிறது, இது பொது நலனை அச்சுறுத்துகிறது. அவர்கள் பல சமயங்களில் வன்முறை போன்ற அரசியல் சட்டத்திற்கு முரணான வழிமுறைகளை நாடுகிறார்கள். மேற்கு வங்கத்தில் 1967-ல் தொடங்கப்பட்ட நக்சலைட் இயக்கம் அத்தகைய ஒரு உதாரணம்.
- **தீவிரவாதத்தை பரப்புதல்:**அழுத்தக் குழுக்கள் தேர்ந்தெடுக்கப்படாத தீவிரவாத சிறுபான்மை குழுக்களிடமிருந்து அரசாங்கத்தின் மீது அதிக செல்வாக்கை அனுமதிக்கலாம், இது மக்கள் விரும்பத்தகாத விளைவுகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வுக்கான தன்னார்வ அமைப்புகள்

நுகர்வோர் என்பது பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்தும் தனிநபர்கள் அல்லது குடும்பங்களுக்கான ஒரு பரந்த லேபிள் ஆகும். தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள் என்பது நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்காக தானாக முன்வந்து உருவாக்கப்பட்ட அமைப்பைக் குறிக்கிறது.

குறிக்கோள்கள்

1. நுகர்வோர் விவகாரங்கள் துறை (DCA) நுகர்வோர் நல நிதியை (CWF) இயக்குகிறது. CWF இன் முதன்மை நோக்கம் இந்தியாவில் நுகர்வோர் வாதிடும் இயக்கத்தை

வலுப்படுத்துவதாகும்.

2. தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பின் (VCO) பரந்த வலையமைப்பு நுகர்வோர் மத்தியில் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த பாராட்டுக்குரிய பணிகளைச் செய்து வருகிறது.

3. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் நலனை வலுப்படுத்துதல் மற்றும் ஆலோசனை, வழிகாட்டுதல் மற்றும் மத்தியஸ்த சேவைகளை வழங்குதல்.

4. CWF மூலம் ஆதரிக்கப்படும் VCO, தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் ஒப்பீட்டு சோதனை மற்றும் கண்டுபிடிப்புகளை பரப்புதல் உள்ளிட்ட பல்வேறு திட்டங்களுக்கு மானியங்களை வழங்குகிறது.

5. வெளிப்படைத்தன்மையை அதிகரிக்கவும், குடிமக்களுடன் அரசாங்கத்தின் இடைமுகத்தை டிஜிட்டல் மயமாக்கவும் நடவடிக்கை எடுக்கப்பட்டுள்ளது.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை விரைவுபடுத்துதல்/நுகர்வோருக்கு கல்வி கற்பித்தல்

நுகர்வோர் அமைப்பின் முதல் முன்னுரிமை, அவர்களின் உரிமைகள் குறித்த நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை விரைவுபடுத்துவதாகும். இந்த பணியை நிறைவேற்ற, பின்வரும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன:

- i. பிரசுரங்கள் இதழ்கள் மற்றும் மோனோகிராஃப்களை வெளியிட.
- ii. மாநாடுகள், கருத்தரங்குகள் மற்றும் பட்டறைகள் ஏற்பாடு செய்ய.
- iii. நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தாங்களே உதவிக்கொள்ள கல்வி கற்பித்தல்.
- iv. நுகர்வோர் பற்றிய சிறப்புக் கல்வியை பெண்களுக்கு வழங்குதல்.

விரும்பத்தக்க தரங்களை பராமரிக்க, பின்வரும் படிகள் பின்பற்றப்படுகின்றன:

i) வெவ்வேறு தயாரிப்புகள் பற்றிய தரவுகளை சேகரித்து அவற்றை சோதனை செய்தல்

இந்த நிறுவனங்கள் பல்வேறு தயாரிப்புகளின் மாதிரிகளை அவ்வப்போது சேகரித்து சோதனை செய்கின்றன. அதன் பிறகு, சோதனை முடிவுகள் பொதுமக்களுக்கு அறிவிக்கப்படும். இந்த வழியில், இந்த நிறுவனங்கள் தயாரிப்புகளின் நம்பகத்தன்மையைப் பற்றி நுகர்வோருக்கு முன் கூட்டியே தகவல் அளித்து அவற்றைப் பாதுகாக்கின்றன.

ii) நுகர்வோர் சார்பாக வழக்கு தாக்கல் செய்தல்

ஒரு நுகர்வோர் தனது புகார்களுக்கு எதிர்ப்புக் குரல் எழுப்பத் தவறினால், இந்த நுகர்வோர் அமைப்புகள் உதவிக்கு வந்து ஒரு நுகர்வோர் சார்பாக நீதிமன்றத்தில் வழக்குத் தாக்கல் செய்கின்றன. இந்த சேவையை நுகர்வோருக்கு வழங்குவதன் மூலம், நுகர்வோர் தங்கள் போராட்டத்தில் தாங்கள் தனியாக இல்லை என்ற உணர்வை பெறுகின்றனர்.

iii) கலப்படம் போன்றவற்றுக்கு எதிரான போராட்டங்களை நடத்துதல்.

கலப்படம், பதுக்கல் கறுப்புச் சந்தை மற்றும் எடைக்குறைவு விற்பனை ஆகிய தீமையை ஒழிப்பதில் நுகர்வோர் அமைப்புகள் முக்கியப் பங்காற்றுகின்றன.

iv) கல்வி நிறுவனங்களுக்கு உதவுதல்

இந்த நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு படிப்புக்கான படிப்புகளைத் தயாரிப்பதற்கான வழியை கல்வி நிறுவனங்களுக்கு அறிவுறுத்துகின்றன.

v) நுகர்வோர் சங்கத்தின் நெட்வொர்க்கை ஊக்குவித்தல்

நுகர்வோர் அமைப்புகள் தங்கள் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க முயற்சிக்கின்றன. அவர்கள் நாட்டின் அனைத்து பிராந்தியங்களையும் உள்ளடக்கியிருக்க விரும்புகிறார்கள், இதனால் அனைத்து பிராந்தியங்களின் நுகர்வோர்களும் தங்கள் சேவைகளால் பயனடைவார்கள்.

vi) அரசாங்கத்திற்கு ஆதரவை விரிவுபடுத்துதல்

அரசுக்கு உதவும் வகையில், கலப்படம், செயற்கைத் தட்டுப்பாடு, தரம் குறைந்த விளைபொருள்கள் போன்றவற்றை நுகர்வோர் அமைப்புகள் அரசு நிறுவனங்களுக்குத் தொடர்ந்து தெரிவிக்கின்றன.

புகாரை தாக்கல் செய்வதற்கான நடைமுறைகள்

குறைபாடுள்ள பொருட்களின் விற்பனையாளர், உற்பத்தியாளர் அல்லது டீலர் அல்லது சேவை வழங்குநருக்கு எதிராக, அவர்கள் ஏதேனும் குறைபாடுகள் இருந்தால், புகார்தாரரால் புகார் அளிக்கப்படலாம். ஒரு நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறை அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வர்த்தக நடைமுறையும் புகாரை அழைக்கலாம்.

நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் புகார் அளிப்பதில் உள்ள நடவடிக்கைகள்

நுகர்வோர் புகாரைப் பதிவு செய்வதற்கான முதல் படி, விற்பனையாளர் அல்லது நிறுவனத்திற்கு சட்டப்பூர்வ அறிவிப்பை அனுப்புவதாகும். நுகர்வோர் நீதிமன்ற வழக்கறிஞரின் உதவியுடன் சட்ட அறிவிப்பு வரைவு செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும்:

1. நிறுவனத்தின் பெயர், முகவரி, தயாரிப்பு அல்லது சேவை கொள்முதல் விவரங்கள் போன்ற நுகர்வோரின் விவரங்கள், முதலியன.
2. எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனையின் தேவையான விவரங்கள் மற்றும் சேவையில் உள்ள குறைபாட்டை விவரிக்கிறது.
3. வாடிக்கையாளர் புகாருக்கு பதிலளிக்கும் வகையில் நிறுவனம் எடுத்த நடவடிக்கை
4. நிறுவனத்திடம் இருந்து நடவடிக்கை எதிர்பார்க்கப்படுகிறது
5. நடவடிக்கை எடுக்க நிறுவனத்திற்கு கால அவகாசம் வழங்கப்பட்டது
6. சட்ட நோட்டீசுக்கு பதில் அனுப்புவதில் நிறுவனம் தோல்வியுற்றால் எடுக்கப்படும் சட்ட நடவடிக்கை.

யார் புகார் செய்யலாம்?

1. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 இன் கீழ் வரையறுக்கப்பட்ட நுகர்வோர்
2. பதிவுசெய்யப்பட்ட தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கம்
3. மத்திய அரசு

4. மாநில அரசு / யூனியன் பிரதேசம்

5. ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர், ஒரே ஆர்வமுள்ள பல நுகர்வோரை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றனர்.

புகார்களை எப்போது செய்யலாம்?

பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் எழுத்துப்பூர்வமாக புகார் அளிக்கப்படலாம்:

1. ஒரு வர்த்தகரின் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையால் நுகர்வோருக்கு இழப்பு அல்லது சேதம் ஏற்படுகிறது.

2. நுகர்வோர் வாங்கிய பொருள் குறைபாடுடையதாக இருந்தால்.

3. ஒரு நுகர்வோர் பெறும் சேவைகள் ஏதேனும் குறைபாட்டால் பாதிக்கப்பட்டால்.

4. ஒரு நுகர்வோர் செலுத்தும் விலை பொருட்களின் மீது காட்டப்படும் விலையை விட அதிகமாக இருக்கும் போது அல்லது நடைமுறையில் உள்ள சட்டத்தின் கீழ் நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையை விட விலை அதிகமாக இருக்கும் போது.

5. உயிருக்கும் பாதுகாப்பிற்கும் ஆபத்தை விளைவிக்கும் பொருட்கள், எந்த சட்டத்தின் விதிகளையும் மீறி பொதுமக்களுக்கு விற்பனைக்கு வழங்கப்படுகின்றன.

புகார்களை எவ்வாறு பதிவு செய்வது?

புகார் பின்வரும் வழிகளில் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்:

1. நடவடிக்கைக்கான காரணம் எழுந்த தேதியிலிருந்து, சேவை குறைபாட்டிலிருந்து முடிந்த தேதி வரை 2 ஆண்டுகளுக்குள் புகார் பதிவு செய்யப்படலாம்.

2. அறிவிப்புக்கு முத்திரைத்தாள் தேவையில்லை

3. புகாரை நேரில், புகார்தாரரால் அல்லது அவரது அங்கீகரிக்கப்பட்ட முகவர் மூலமாகவோ அல்லது திருத்தும் முகமைக்கு அஞ்சல் மூலமாகவோ பதிவு செய்யலாம்.

4. வழக்கறிஞர்கள் தேவையில்லை.

புகாருடன் அளிக்க வேண்டிய விவரங்கள் என்ன?

புகாரில் பின்வரும் விவரங்கள் இருக்க வேண்டும்:

1. புகார்தாரரின் பெயர் மற்றும் முழு முகவரி

2. எதிர் கட்சி/கட்சிகளின் பெயர் மற்றும் முழு முகவரி

3. கிடைத்த பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்கிய தேதி

4. மேற்கண்ட நோக்கத்திற்காக செலுத்தப்பட்ட தொகை

5. வாங்கிய பொருட்களின் விவரங்கள் எண் அல்லது கிடைக்கும் சேவைகளின் விவரங்கள்

6. புகாரின் விவரங்கள், நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் / குறைபாடுள்ள பொருட்களின் வழங்கல் / வழங்கப்பட்ட சேவையில் குறைபாடு / அதிக விலை

வதால் ஆகியவற்றுக்கு எதிராக உள்ளதா, புகார் மனுவில் வெளிப்படையாகக் குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.

7. பில்கள்/ரசீதுகள் மற்றும் தொடர்புடைய கடிதப் பிரதிகள் ஏதேனும் இருந்தால்.

நுகர்வோருக்கு நிவாரணம்

மாவட்ட மன்றம் / மாநில ஆணையம் நுகர்வோருக்கு பின்வரும் நிவாரணங்களை ஆர்டர் செய்யலாம்:

1. சுட்டிக்காட்டப்பட்ட பொருட்களில் உள்ள குறைபாடுகளை நீக்குதல்
2. பொருட்களை மாற்றுவதற்கு
3. பொருட்களின் விலையை புகார்தாரரிடம் திருப்பி அனுப்ப வேண்டும்
4. நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது காயத்திற்கு இத்தகைய இழப்பீடு தொகையை செலுத்த வேண்டும்
5. நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறையை நிறுத்த அல்லது அதை மீண்டும் செய்ய வேண்டாம்
6. அபாயகரமான பொருட்களை விற்பனைக்கு வழங்குவதில் இருந்து திரும்பப் பெறுதல்
7. புகார்தாரர் செய்த செலவினத்தை வழங்குதல்.

மேல்முறையீட்டு விதி என்ன?

1. மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றத்தின் மேல்முறையீட்டு உத்தரவுகளால் பாதிக்கப்பட்டு, உத்தரவு கிடைத்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்குள் மாநில நுகர்வோர்

குறைதீர் ஆணையத்தில் மனு தாக்கல் செய்யலாம்.

2. மாநில நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையம் பிறப்பித்த உத்தரவுகளால் பாதிக்கப்பட்டு, தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையத்தில், உத்தரவு கிடைத்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்குள் தாக்கல் செய்யலாம்.

3. தேசிய நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி ஆணையம் பிறப்பித்த உத்தரவுகளால் பாதிக்கப்பட்டு, ஆணைகள் கிடைத்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்குள் இந்திய உச்ச நீதிமன்றத்தில் தாக்கல் செய்யலாம்.

4. மாநில / தேசிய நுகர்வோர் தகராறு நிவர்த்தி கமிஷன்களுக்கு முன் மேல்முறையீட்டு மனுவை பதிவு செய்வதற்கு கட்டணம் எதுவும் வசூலிக்கப்படுவதில்லை

5. மேல்முறையீட்டு மனுவானது, மேல்முறையீட்டுக்கான காரணங்களைக் கொண்டு, குறைதீர்க்கும் முகமைகளின் உத்தரவுகளின் நகல்களுடன் தாக்கல் செய்யப்பட வேண்டும், மேலும் புகாரைப் பதிவு செய்யும் விஷயத்தில் செய்யப்படுவது போலவே பதிவு செய்யும் நடைமுறைகளும் இருக்கும்.

நுகர்வோர் சங்கங்களின் சர்வதேச அமைப்பு (IOCU) முதன்முதலில் 1960 இல் எல்லை தாண்டிய பிரச்சாரங்களை உருவாக்கவும் அறிவைப் பகிர்ந்து கொள்ளவும் நிறுவப்பட்டது; இது 120 நாடுகளில் 250 உறுப்பினர் அமைப்புகளைக் கொண்டுள்ளது. லத்தீன் அமெரிக்கா, ஆசியா, பசிபிக், மத்திய கிழக்கு மற்றும் ஆப்பிரிக்காவில் பிராந்திய அதிகாரிகளுடன், இங்கிலாந்தின் லண்டனில் அதன் தலைமை அலுவலகம் உள்ளது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் என்றால் என்ன?

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் என்பது இந்திய நுகர்வோருக்கு சட்ட உதவி வழங்கும் ஒரு அமைப்பாகும். பயனுள்ள நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளை மேம்படுத்துதல் மற்றும் ஊக்குவிப்பதன் மூலம் அவர்கள் இதைச் செய்கிறார்கள், அத்துடன் சட்டத்தின் கீழ் மக்களுக்கு அவர்களின் உரிமைகளைப் பற்றி கல்வி கற்பிக்கிறார்கள். இது தயாரிப்பு பொறுப்பு, நுகர்வோர் தகராறுகள் மற்றும் கடன் தகவல் உள்ளிட்ட பல்வேறு சேவைகளை வழங்குகிறது. கூடுதலாக, நுகர்வோர் என்ற முறையில் மக்களுக்கு அவர்களின் உரிமைகள் குறித்து விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களை கவுன்சில் நடத்துகிறது. நிறுவனங்கள் அல்லது அரசு நிறுவனங்களால் அநீதி இழைக்கப்பட்ட தனிநபர்களுக்கு கவுன்சில் இலவச தகவல் மற்றும் ஆதரவை வழங்குகிறது. எனவே, நீங்கள் ஒரு மோசடிக்கு ஆளாகியிருந்தாலும் அல்லது கடந்த காலத்தில் நீங்கள் அநீதி இழைக்கப்பட்டதாக உணர்ந்தாலும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் உதவலாம்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சிலின் அமைப்பு

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் வணிகங்களுக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையில் மத்தியஸ்தராக செயல்படுகிறது, நுகர்வோர் உரிமைகள் பற்றிய கல்வி மற்றும் சட்ட விளக்கங்களை வழங்குகிறது. கூடுதலாக, நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகள் மீறப்பட்டதாக உணர்ந்தால் நடவடிக்கை எடுப்பதை எளிதாக்க கவுன்சில் முயற்சிக்கிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் என்பது இந்தியாவில் உள்ள நுகர்வோரின் நலன்களைக் கவனிக்கும் ஒரு அரசு அமைப்பாகும். இதில் மொத்தம் 20 உறுப்பினர்கள் உள்ளனர் மற்றும் அனைவரும் பிரதமரின் ஆலோசனையின் பேரில் இந்திய ஜனாதிபதியால் நியமிக்கப்படுகிறார்கள். அனைத்து உறுப்பினர்களின் பதவிக்காலம் 5 ஆண்டுகள் மற்றும் அவர்களின் பதவிக்காலம் முடிந்ததும் அவர்கள் மீண்டும் நியமிக்கப்படலாம். நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டங்கள்/விதிமுறைகளை

உருவாக்குதல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் மறுஆய்வு செய்வதன் மூலம் பயனுள்ள மற்றும் மலிவு விலையில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பை வழங்குவதே கவுன்சிலின் முதன்மையான பணியாகும். இது மற்ற அரசு துறைகள்/நிறுவனங்களுக்கு நுகர்வோர் விவகாரங்கள் தொடர்பான பிரச்சனைகளில் வழிகாட்டுதலையும் வழங்குகிறது. ஒட்டுமொத்தமாக, நுகர்வோர் நலன்கள் எப்போதும் நன்கு பாதுகாக்கப்படுவதை உறுதி செய்வதில் கவுன்சில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சிலின் நோக்கங்கள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில், சட்டத்தின் கீழ் உள்ள உரிமைகள் தொடர்பாக நுகர்வோருக்கு பாரபட்சமற்ற ஆலோசனை மற்றும் ஆதரவை வழங்குகிறது. அதன் உறுப்பினர்கள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் நிபுணர்கள் மற்றும் வணிக சமூகத்தின் பல்வேறு பகுதிகளிலிருந்து வந்தவர்கள். நுகர்வோர் கவலைகளுக்கு புறநிலை, பாரபட்சமற்ற வழிகாட்டுதல் மற்றும் ஆதரவை வழங்க அவர்கள் ஒன்றாக வேலை செய்கிறார்கள். கூடுதலாக, கவுன்சில் அவர்களின் உரிமைகள் பற்றிய நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை அதிகரிப்பதற்கும் வாடிக்கையாளர்களின் நியாயமற்ற நடைமுறைகளிலிருந்து வணிகங்களைப் பாதுகாப்பதற்கும் செயல்படுகிறது.

இது போன்ற செயல்பாடுகளை செய்கிறது:

- நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துவதற்கான கொள்கை வழிகாட்டுதல்களை உருவாக்குதல்.
- நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பான விஷயங்களில் வழிகாட்டுதலை வழங்குதல்.
- நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பான அனைத்து விவகாரங்களிலும் அரசுக்கு ஆலோசனை வழங்குதல்.

- அரசு அல்லது வேறு ஏதேனும் அதிகாரம் அல்லது அமைப்பு வழங்கிய வழிகாட்டுதல்களின்படி விதிகள்/விதிமுறைகளுக்கு இணங்குவதைக் கண்காணிக்க.
- விதிமீறல்கள் அல்லது விதிமுறைகளுக்கு இணங்காதது தொடர்பாக நுகர்வோரிடமிருந்து புகார்களைப் பெறுதல்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் (CPCs)

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் (CPCs) என்பது நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாக்கவும் மேம்படுத்தவும் நிறுவப்பட்ட அரசு அல்லது அரசு சாரா நிறுவனங்கள். நுகர்வோர் உரிமைகள் நிலைநிறுத்தப்படுவதையும், வணிகங்கள் அல்லது சேவை வழங்குநர்களால் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுவதில்லை அல்லது நியாயமற்ற நடைமுறைகளுக்கு உட்படுத்தப்படுவதில்லை என்பதையும் உறுதி செய்வதில் இந்த கவுன்சில்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களின் குறிப்பிட்ட செயல்பாடுகள் மற்றும் அதிகாரங்கள் நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடலாம், ஆனால் அவற்றின் ஒட்டுமொத்த நோக்கம் நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாப்பதாகும். CPC களுடன் தொடர்புடைய சில பொதுவான அம்சங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் இங்கே:

வக்கீல் மற்றும் விழிப்புணர்வு: CPC கள் நுகர்வோர் மத்தியில் அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகின்றன. தயாரிப்பு பாதுகாப்பு, நியாயமான விலை நிர்ணயம், ஒப்பந்த விதிமுறைகள் மற்றும் புகார் நடைமுறைகள் உள்ளிட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் பல்வேறு அம்சங்களைப் பற்றி அவை நுகர்வோருக்குக் கற்பிக்கின்றன. அவர்கள் பிரச்சாரங்களை நடத்தலாம், தகவல் பொருட்களை விநியோகிக்கலாம் மற்றும் கருத்தரங்குகள் அல்லது

பட்டறைகளை ஏற்பாடு செய்யலாம்.

புகார்த் தீர்வு: வணிகங்கள் அல்லது சேவை வழங்குநர்களுக்கு எதிராக நுகர்வோர் புகார்களைத் தெரிவிக்க CPC கள் ஒரு தளத்தை வழங்குகின்றன. அவர்கள் நுகர்வோர் புகார்களைப் பெறுகிறார்கள், விசாரிக்கிறார்கள் மற்றும் மத்தியஸ்தம் செய்கிறார்கள், நியாயமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற முறையில் சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர். மோசடி அல்லது நியாயமற்ற நடைமுறைகளில் ஈடுபடும் நிறுவனங்களுக்கு எதிராக சட்ட நடவடிக்கை எடுக்க CPC களுக்கு பெரும்பாலும் அதிகாரம் உள்ளது.

கொள்கை மேம்பாடு: நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கொள்கைகள் மற்றும் விதிமுறைகளை மேம்படுத்துவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் பங்களிக்கின்றன. அவர்கள் ஆராய்ச்சி நடத்துகிறார்கள், நுகர்வோர் பிரச்சினைகள் குறித்த தரவுகளைச் சேகரித்து, நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் நலனை மேம்படுத்துவதற்கான சட்டம், தரநிலைகள் மற்றும் வழிகாட்டுதல்கள் தொடர்பாக அரசாங்க நிறுவனங்களுக்கு பரிந்துரைகளை வழங்குகிறார்கள்.

தயாரிப்பு சோதனை மற்றும் தரக் கட்டுப்பாடு: சில CPCகள் பாதுகாப்புத் தரங்களுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்வதற்காக தயாரிப்பு சோதனை மற்றும் தரக் கட்டுப்பாட்டு ஆய்வுகளைச் செய்கின்றன. அவர்கள் ஆய்வுகளை நடத்தலாம், உற்பத்தி நடைமுறைகளை கண்காணிக்கலாம் மற்றும் பாதுகாப்பிற்காக தயாரிப்புகளை சோதிக்கலாம்,

நம்பகத்தன்மை மற்றும் துல்லியம். இது பாதுகாப்பற்ற அல்லது தரமற்ற

பொருட்களிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க உதவுகிறது.

நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் அதிகாரமளித்தல்: CPC கள் நுகர்வோர்களுக்கு அறிவு மற்றும் திறன்களை வழங்குவதன் மூலம் அவர்களை மேம்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்துகின்றன. அவர்கள் நுகர்வோருக்கு அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும்

பொறுப்புகளைப் பற்றிக் கற்பிக்கிறார்கள், நுகர்வோர் முடிவெடுப்பதில் வழிகாட்டுதலை வழங்குகிறார்கள், மேலும் மோசடிகள் அல்லது ஏமாற்றும் சந்தைப்படுத்தல் நடைமுறைகளை எவ்வாறு தவிர்ப்பது என்பதற்கான ஆலோசனைகளை வழங்குகிறார்கள்.

ஒத்துழைப்பு மற்றும் ஒத்துழைப்பு: நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் பெரும்பாலும் அரசு நிறுவனங்கள், வணிகங்கள், நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில் சங்கங்கள் போன்ற பிற பங்குதாரர்களுடன் ஒத்துழைக்கின்றன. நுகர்வோர் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கும், தகவல்களைப் பகிர்வதற்கும், பொறுப்பான வணிக நடைமுறைகளை மேம்படுத்துவதற்கும் அவர்கள் ஒன்றாகச் செயல்படுகிறார்கள்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களின் குறிப்பிட்ட கட்டமைப்பு மற்றும் அதிகாரம் நாடுகளுக்கு இடையே கணிசமாக மாறுபடும் என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். சில நாடுகளில் பிரத்யேக தேசிய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நிறுவனம் இருக்கலாம், மற்றவை பிராந்திய அல்லது உள்ளூர் கவுன்சில்களைக் கொண்டிருக்கலாம். ஒவ்வொரு நாட்டின் சட்ட கட்டமைப்பின் அடிப்படையில் நுகர்வோர் தீர்வுக்கான அதிகாரங்கள், செயல்பாடுகள் மற்றும் வழிமுறைகள் வேறுபடலாம்.

குறை நிவர்த்தி

ஒரு குறை தீர்க்கும் அமைப்பு என்பது பணியாளர்களின் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கான ஒரு செயல்முறையாகும், மேலும் இது பணியாளர்கள் தங்கள் கவலைகளை நிர்வாகத்திடம் தெரிவிக்க உதவும் ஒரு பொறிமுறையாக வரையறுக்கலாம். குறை தீர்க்கும் முறையானது ஊழியர்களின் குறைகளை முறையான முறையில் தீர்க்க உதவுகிறது.

ஒரு நிறுவனம் திறம்பட செயல்பட, பணியாளர்கள் தங்கள் வேலையைப் பற்றி திருப்தியாகவும் மகிழ்ச்சியாகவும் இருப்பது முக்கியம். அவர்கள் பெறும் பதிலில் அதிருப்தி ஏற்பட்டால், அவர்கள் இறுதியாக அவர்கள் சொல்வதைக் கேட்கும் ஒருவரை அடையும் வரை சங்கிலியின் மேல் செல்லலாம்.

குறை தீர்க்கும் அமைப்பு ஊழியர்களின் புகார்களைத் தீர்ப்பதற்கு நியாயமான மற்றும் வெளிப்படையான செயல்முறையை வழங்குகிறது. அனைத்து ஊழியர்களும் அவர்களின் நிலை அல்லது மூத்தவர்களைப் பொருட்படுத்தாமல் சமமாகவும் நியாயமாகவும் நடத்தப்படுவதை இது உறுதி செய்கிறது. செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள எவருக்கும் சார்பு இல்லாமல், குறைகள் நியாயமாகவும் பாரபட்சமின்றியும் கையாளப்படுவதை உறுதிசெய்ய வடிவமைக்கப்பட்ட பல்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகள் மூலம் இந்த அமைப்பு செயல்படுத்தப்படுகிறது.

1. பிரச்சினை/புகாரை ஆவணப்படுத்தவும்:பணியாளர் தனது உடனடி மேற்பார்வையாளருடன் குறைகளைத் தீர்க்க ஆரம்ப முயற்சியை மேற்கொள்ள வேண்டும். முதல் கட்டமாக, குறை தீர்க்கும் குழு/சம்பந்தப்பட்ட துறைத் தலைவர்/மேற்பார்வையாளர் ஆகியோருக்குப் பிரச்சினையின் தொடர்புடைய அனைத்து விவரங்களும் அடங்கிய கடிதம் எழுத வேண்டும். நியாயமற்ற, தன்னிச்சையான அல்லது பகுத்தறிவற்றதாக இல்லாவிட்டால் மேற்பார்வையாளரின் முடிவே இறுதியானது.
2. சிக்கலைக் கண்டறிதல்:ஒரு மேற்பார்வையாளர் சிக்கலைக் கண்டறிந்து நிலைமையை மதிப்பிட வேண்டும்.
3. தகவல்களைச் சேகரித்தல்:சிக்கல் கண்டறியப்பட்டதும், செயல் திட்டத்தை உருவாக்கும் முன், மேற்பார்வையாளர் குறையைப் பற்றிய அனைத்து

தொடர்புடைய தகவல்களையும் சேகரிக்க வேண்டும்.

4. பகுப்பாய்வு செய்யவும்: பிரச்சனையின் மூலத்தைக் கண்டறிய, மேற்பார்வையாளர் பணியாளரின் வரலாறு, நிகழ்வுகளின் அதிர்வெண் மற்றும் நிர்வாக நடைமுறைகள் போன்ற பல்வேறு அம்சங்களைப் படிக்க வேண்டும்.
5. முடிவெடுத்தல் மற்றும் செயல்படுத்துதல்:நிர்வாகம் பல மாற்று நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறது, மேலும் பணியாளர் மற்றும் நிர்வாகத்தின் மீதான ஒவ்வொரு பாடத்தின் விளைவுகளும் மதிப்பீடு செய்யப்படுகின்றன. சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து தரப்பினருக்கும் நன்மை பயக்கும் நடவடிக்கையின் அடிப்படையில் இறுதி முடிவு எடுக்கப்பட்டு செயல்படுத்தப்படுகிறது.
6. நடவடிக்கை எடு:ஒரு குறை இந்த நடைமுறையின் கீழ் உயர் அதிகாரியைக் குறிக்கிறது மற்றும் முடிவு அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளைப் பூர்த்தி செய்யவில்லை என்றால், இரு தரப்பினரும் ஒரு நடுவரை நியமிக்க ஒப்புக் கொள்ளலாம்.

எந்த வகையான புகார்கள் அமைப்பின் கீழ் வருகின்றன?

இந்த வகையின் கீழ் வரும் புகார்கள்:

1. வயது காரணமாக வேலையில் நியாயமற்ற சிகிச்சைபாலின பாகுபாடு
2. தகுதியற்ற கொள்கைகளைப் பின்பற்றாத நியாயமற்ற பதவி உயர்வு நடைமுறைகள் (எ.கா., விருப்புரிமை)
3. மேலாளர் அல்லது மேற்பார்வையாளரின் பொருத்தமற்ற நடத்தை
4. பாலியல் துன்புறுத்தல்
5. சக ஊழியர்களுக்கு இடையே தகராறு

இந்தியாவில் உள்ள குடிமக்களின் குறைகள் - வெவ்வேறு வகைகள்

பொதுமக்களின் குறைகள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பல்வேறு வகைகளாக

வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

கொள்கைகளுக்கு எதிரான குறைகள்

1. அரசாங்கத்தின் கொள்கைகளுக்கு எதிராக குடிமக்கள் குறைகளைக் கொண்டிருக்கலாம், இது ஒரு பெரிய குழுவை பாதிக்கலாம்.
2. ஊடகங்களிலும், சட்டமன்றங்களிலும் இதுபோன்ற குறைகள் எழுப்பப்படுகின்றன. தவறான நிர்வாகத்தால் ஏற்பட்ட குறைகள்

1. பல்வேறு துறைகள் அல்லது ஏஜென்சிகளுக்கிடையேயான ஒருங்கிணைப்பு இல்லாமை போன்ற பல்வேறு சிக்கல்கள் அல்லது அதிக பணிச்சுமையால் ஏற்படும் அதிகாரிகளின் திறமையின்மை போன்ற காரணங்களால் அரசின் கொள்கைகள் நிர்வாகத்தால் திறம்பட செயல்படுத்தப்படாதபோது இந்த மனக்குறை ஏற்படுகிறது.

ஊழலால் ஏற்படும் குறைகள்

1. நிர்வாகத்தில் பணிபுரியும் அதிகாரிகளிடையே நேர்மை இல்லாததால் இது எழுகிறது. பல ஆண்டுகளாக இந்தியா அதிக அளவிலான ஊழலுக்கு பெயர் பெற்றது. பல ஆண்டுகளாக அனைத்து மட்டங்களிலும் ஊழல் மலிந்து கிடப்பதால் பொதுமக்கள் அவதிப்பட்டு வருகின்றனர். இருப்பினும், ஊழலைக் கட்டுப்படுத்த தற்போதைய அரசு முயற்சிகளை மேற்கொண்டு வருகிறது.

கிராமப்புறங்களில் உள்ள குறைகள்

இந்தியாவில் பெரும்பான்மையான மக்கள் கிராமப்புறங்களில் வசிக்கின்றனர். அவர்கள் எதிர்கொண்ட குறைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

1. கிடைக்காமைபொருட்கள்-மின்சாரம், விதைகள், பூச்சிக்கொல்லிகள், உரங்கள், மருந்துகள் போன்ற அத்தியாவசியப் பொருட்கள் இடையிடையே வழங்கப்படுவதால் ஏற்படும் குறைகள். பொருட்கள் விரும்பிய பயனாளிகளைச் சென்றடைவதை உறுதி செய்வதற்குப் பதிலாக, இலாப நோக்கத்திற்காக

கறுப்புச் சந்தைகளில் கசிகிறது.

2. பொருட்கள் அல்லது சேவைகளில் தாமதம்- இது ஆற்றமடற்ற பொது விநியோக முறைகளால் நிகழ்கிறது .

3. துன்புறுத்தல்- மருத்துவ, நிர்வாக மற்றும் விவசாய சேவைகளைப் பெற விரும்பும் போது பல கிராம மக்கள் அதிகாரிகளின் கைகளில் உள்ளனர்.

குறை நிவர்த்தி - நோடல் ஏஜென்சிகள் & பிற வழிமுறைகள்

மத்திய அரசிடம் உள்ள குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கு பொறுப்பான 2 மிக முக்கியமான நோடல் ஏஜென்சிகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன.

1. நிர்வாக சீர்திருத்தங்கள் மற்றும் பொது குறைகள் துறை (DARPG)- இது பணியாளர்கள், பொதுமக்கள் குறைகள் மற்றும் ஓய்வூதியங்கள் அமைச்சகத்தின் கீழ் செயல்படுகிறது.

2. பொது குறைகள் இயக்குநரகம்- இது அமைச்சரவை செயலகத்தின் ஒரு பகுதியாகும் நிர்வாக சீர்திருத்தங்கள் மற்றும் பொது குறைகள் துறை (DARPG)

1. இந்தத் துறையின் முதன்மைப் பணி, பொதுமக்கள் குறைகளைத் தீர்க்கும் வகையில் குடிமக்களை மையமாகக் கொண்ட நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிட்டு செயல்படுத்துவதும், நிர்வாகச் சீர்திருத்தங்களை மேற்கொள்வதும், அரசு தரமான பொதுச் சேவைகளை தடையின்றி வழங்கக்கூடிய நிலையில் உள்ளது.

2. பெறப்பட்ட புகார்கள் அந்தந்த அமைச்சகங்கள், துறைகள் மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு அனுப்பப்படும். அது முடியும் வரை வழக்குகள் தொடரும்.

பொது குறைகள் இயக்குநரகம் (டிபிஜி)

1. இது 1988 ஆம் ஆண்டு அமைச்சரவை செயலகத்தில் அமைக்கப்பட்டது. 16 மத்திய அரசு நிறுவனங்கள் தொடர்பான புகார்களை அவர்கள் கையாளுகின்றனர்.

ஓம்புட்ஸ்மேன்

இந்த கருத்து ஸ்வீடனில் இருந்து வந்தது. ஒரு சேவை அல்லது நிர்வாக அதிகாரத்திற்கு எதிரான புகார்களைக் கையாள சட்டமன்றத்தால் நியமிக்கப்பட்ட அதிகாரி என்று பொருள். இந்தியாவில் பின்வரும் துறைகளில் உள்ள குறைகளைத் தீர்ப்பதற்காக அரசாங்கம் குறைதீர்ப்பாளர்களை நியமித்துள்ளது.

1. இன்சூரன்ஸ் ஓம்புட்ஸ்மேன்
2. வங்கி ஓம்புட்ஸ்மேன்
3. வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளர்

இன்சூரன்ஸ் ஓம்புட்ஸ்மேன்

இன்சூரன்ஸ் ஓம்புட்ஸ்மேன் என்பது காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் பாலிசிதாரர்கள் அல்லது பயனாளிகளுக்கு இடையே உள்ள தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்காக நிறுவப்பட்ட ஒரு சுயாதீன அதிகாரம் அல்லது அலுவலகம் ஆகும். காப்பீட்டுக் கொள்கைகள் தொடர்பான புகார்கள் மற்றும் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கான பாரபட்சமற்ற மன்றத்தை வழங்கும் மத்தியஸ்தராகவும் நடுவராகவும் இது செயல்படுகிறது.

இன்சூரன்ஸ் ஓம்புட்ஸ்மேன் பற்றிய சில முக்கிய விவரங்கள்:

பங்கு மற்றும் பொறுப்புகள்:

சர்ச்சைத் தீர்வு: காப்பீட்டுக் குறைதீர்ப்பாளரின் முதன்மைப் பணி, பாலிசிதாரர்கள் மற்றும் காப்பீட்டு நிறுவனங்களுக்கு இடையே உள்ள தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கு உதவுவதாகும். புகார்களை விசாரிக்கவும், நியாயமான தீர்வை எட்டுவதற்கு கட்சிகளுக்கு உதவவும் அவர்கள் நடுநிலையான மூன்றாம் தரப்பினராக செயல்படுகிறார்கள்.

புகார் விசாரணை: க்ளைம் நிராகரிப்புகள், க்ளெய்ம் செட்டில்மென்ட் தாமதம், நியாயமற்ற பாலிசி விதிமுறைகள், பிரீமியம் தகராறுகள், தவறாகப் பிரதிநிதித்துவம் செய்தல் அல்லது இன்சூரன்ஸ் பாலிசிகள் தொடர்பான வேறு ஏதேனும் விஷயங்கள் குறித்து பாலிசிதாரர்கள் செய்யும் புகார்களை விசாரிக்க குறைதீர்ப்பாளர்களுக்கு அதிகாரம் உள்ளது.

மத்தியஸ்தம் மற்றும் சமரசம்: மத்தியஸ்தம் அல்லது சமரசம் மூலம் சச்சரவுகளைத் தீர்ப்பதில் குறைதீர்ப்பாளர்கள் உதவுகிறார்கள். அவர்கள் உண்மைகள், சான்றுகள் மற்றும் கொள்கை விதிமுறைகளை மதிப்பாய்வு செய்து, சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரிடையே பரஸ்பரம் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய தீர்வைக் கண்டறிவதில் வேலை செய்கிறார்கள்.

சட்ட நிபுணத்துவம்: குறைதீர்ப்பாளர்கள் காப்பீட்டுச் சட்டங்கள், ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் தொழில் நடைமுறைகளில் அறிவு மற்றும் நிபுணத்துவம் பெற்றவர்கள். அவை கொள்கை விதிமுறைகளை விளக்குகின்றன, புகார்களின் செல்லுபடியை மதிப்பிடுகின்றன மற்றும் சட்டக் கோட்பாடுகள் மற்றும் தொழில் தரநிலைகளின் அடிப்படையில் வழிகாட்டுதலை வழங்குகின்றன.

நேர்மை மற்றும் பாரபட்சமற்ற தன்மை: தீர்வு செயல்முறை நியாயமானது, பாரபட்சமற்றது மற்றும் பக்கச்சார்பற்றது என்பதை குறைதீர்ப்பாளர்கள் உறுதி செய்கிறார்கள். பாலிசிதாரர் மற்றும் காப்பீட்டு நிறுவனம் ஆகிய இருவரின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களை அவர்கள் கருத்தில் கொண்டு, சமநிலையான முடிவை அடைய முயற்சி செய்கிறார்கள்.

கட்டுப்பாடற்ற முடிவுகள்: ஒம்புட்ஸ்மேன் அவர்களின் விசாரணைகளின் அடிப்படையில் பரிந்துரைகள் அல்லது முடிவுகளை எடுக்கும்போது, அவர்களின் தீர்ப்புகள் பொதுவாக கட்டுப்பாடற்றவை இருப்பினும், காப்பீட்டு

நிறுவனங்கள் நல்ல வாடிக்கையாளர் உறவுகள் மற்றும் பொது இமேஜைப் பேணுவதற்கான வழிமுறையாக பெரும்பாலும் இந்த முடிவுகளுக்கு இணங்குகின்றன.

இரகசியத்தன்மை: குறைதீர்ப்பாளர்கள் புகார்கள் மற்றும் விசாரணைகளை மிகுந்த ரகசியத்துடன் கையாள்கின்றனர். அவர்கள் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரின் தனியுரிமையை மதிக்கிறார்கள் மற்றும் சர்ச்சை தொடர்பான முக்கியமான தகவல்களைப் பாதுகாக்கிறார்கள்.

பாவனைகள்:

அதிகார வரம்புகள்:

காப்பீட்டு ஒம்புட்ஸ்மேன்கள் பொதுவாக குறிப்பிட்ட அதிகார வரம்புகள் அல்லது பிராந்தியங்களுக்குள் செயல்படுகிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் அதிகார எல்லைக்குள் வழங்கப்பட்ட காப்பீட்டு பாலிசிகள் தொடர்பான புகார்களை மட்டுமே கையாள முடியும்.

பண வரம்புகள்:

ஒரு குறைதீர்ப்பாளரால் பரிசீலிக்கப்படும் உரிமைகோரல்களின் பண மதிப்பில் வரம்புகள் இருக்கலாம். அதிக மதிப்புள்ள உரிமைகோரல்களை மாற்று சட்ட வழிகள் மூலம் தொடர வேண்டியிருக்கலாம்.

சில காப்பீட்டு வகைகளை விலக்குதல்:

குழுக் கொள்கைகள் அல்லது வணிகங்களுக்கு வழங்கப்படும் பாலிசிகள் போன்ற சில காப்பீட்டுக் கொள்கைகள், காப்பீட்டுக் குறைதீர்ப்பாளரின் எல்லைக்குள் வராமல் போகலாம். இந்த வழக்குகளுக்கு நீதிமன்ற அமைப்பு மூலம் சட்ட உதவி தேவைப்படலாம்.

ஒழுங்குமுறை அதிகாரங்கள் இல்லை:

ஒம்புட்ஸ்மேன்கள் தங்கள் முடிவுகளைச் செயல்படுத்துவதற்கான

ஒழுங்குமுறை அதிகாரங்களைக் கொண்டிருக்கவில்லை. இருப்பினும், அவர்களின் பரிந்துரைகள் மற்றும் முடிவுகள் குறிப்பிடத்தக்க எடையைக் கொண்டிருக்கும், மேலும் காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் தானாக முன்வந்து இணங்குகின்றன.

கட்டுப்பாடற்ற முடிவுகள்: முன்னர் குறிப்பிட்டபடி, ஒம்புட்ஸ்மேன் முடிவுகள் பொதுவாக கட்டுப்பாடற்றவை. எந்தவொரு தரப்பினரும் இந்த முடிவில் அதிருப்தி அடைந்தால், அவர்கள் மேலும் சட்ட நடவடிக்கையை நாடலாம்.

நீண்ட மற்றும் விலையுயர்ந்த சட்ட செயல்முறைகளை நாடாமல், தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான அணுகக்கூடிய மற்றும் திறமையான வழிமுறைகளை பாலிசிதாரர்களுக்கு வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டது ஒரு காப்பீட்டு ஒம்புட்ஸ்மேன். இது காப்பீட்டுத் துறையில் வெளிப்படைத்தன்மை, நேர்மை மற்றும் பொறுப்புணர்வை ஊக்குவிக்கிறது, இறுதியில் பாலிசிதாரர்கள் மற்றும் காப்பீட்டாளர்கள் இருவருக்கும் பயனளிக்கிறது.

வங்கி ஒம்புட்ஸ்மேன்

வங்கி குறைதீர்ப்பாளன் என்பது வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் அவர்களது வங்கிகள் அல்லது நிதி நிறுவனங்களுக்கு இடையே உள்ள தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்காக அரசாங்கத்தால் நிறுவப்பட்ட ஒரு சுயாதீனமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற அதிகாரம் அல்லது அமைப்பாகும். வங்கிச் சேவைகள் தொடர்பான புகார்கள் மற்றும் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கான நியாயமான மற்றும் திறமையான பொறிமுறையை வழங்குவதே இதன் முதன்மைப் பணியாகும்.

ஒவ்வொரு அதிகார வரம்பிலும் உள்ள வங்கித் துறையை நிர்வகிக்கும் குறிப்பிட்ட ஒழுங்குமுறை கட்டமைப்பு மற்றும் சட்டங்களைப் பொறுத்து

வங்கி குறைதீர்ப்பாளரின் பங்கு நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடலாம். இருப்பினும், பொதுவாக, வங்கி குறைதீர்ப்பாளன் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் வங்கிகளுக்கும் இடையில் ஒரு மத்தியஸ்தராக அல்லது நடுவராக செயல்படுகிறார், பேச்சுவார்த்தை, சமரசம் அல்லது தீர்ப்பின் மூலம் புகார்களைத் தீர்ப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளார்.

வங்கி ஒம்புட்ஸ்மேன் தொடர்பான சில முக்கிய குறிப்புகள் இங்கே:

சுதந்திரம்: வங்கிக் குறைதீர்ப்பாளன் அது மேற்பார்வையிடும் வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களிலிருந்து சுயாதீனமாக இயங்குகிறது. இந்தச் சுதந்திரமானது, தீர்மான செயல்முறை நியாயமானதாகவும், பக்கச்சார்பற்றதாகவும் இருப்பதை உறுதி செய்கிறது.

தகராறு தீர்வு: கணக்கு செயல்பாடுகள், வைப்பு மற்றும் கடன் பிரச்சினைகள், கிரெடிட் கார்டுகள், மின்னணு நிதி பரிமாற்றங்கள் மற்றும் நியாயமற்ற வங்கி நடைமுறைகள் போன்ற பல்வேறு வங்கிச் சேவைகள் தொடர்பான புகார்களை வங்கி குறைதீர்ப்பாளன் கையாளுகிறார்.

முறைசாரா அணுகுமுறை: தகராறு தீர்வுக்கான முறைசாரா அணுகுமுறையை குறைதீர்ப்பாளர் ஊக்குவிக்கிறார், புகார்களை சமரசம் செய்து தீர்வு காண முயற்சிக்கிறார். சட்ட நடவடிக்கைகளை நாடாமல் பரஸ்பரம் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய தீர்மானத்தை அடைவதே குறிக்கோள்.

அதிகார வரம்பு: ஒம்புட்ஸ்மேனின் அதிகார வரம்பு பொதுவாக உரிமம் பெற்ற வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் வங்கி அதிகாரிகளால் கட்டுப்படுத்தப்படும் பிற நிறுவனங்களை உள்ளடக்கியது. குறிப்பிட்ட சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் பொறுத்து அது கையாளக்கூடிய புகார்களின் வகைகளில் வரம்புகள் இருக்கலாம்.

முடிவெடுத்தல்: புகார் அளிக்கப்படும்போது, ஒம்புட்ஸ்மேன் அந்த விஷயத்தை விசாரித்து, தொடர்புடைய தகவல்களைச் சேகரித்து, இரு தரப்பினரும் அளித்த ஆதாரங்களை மதிப்பீடு செய்கிறார். கண்டுபிடிப்புகளின் அடிப்படையில், தொடர்புடைய சட்டங்களால் வழங்கப்பட்ட அதிகாரத்தைப் பொறுத்து, ஒம்புட்ஸ்மேன் பரிந்துரைகள் அல்லது பிணைப்பு முடிவுகளை வழங்கலாம்.

அமலாக்கம்: வங்கி குறைதீர்ப்பாளரால் எடுக்கப்படும் முடிவுகள் அல்லது பரிந்துரைகள் பொதுவாக சம்பந்தப்பட்ட வங்கி அல்லது நிதி நிறுவனத்தை கட்டுப்படுத்தும். இதன் பொருள், நிறுவனம் தீர்மானத்திற்கு இணங்குவதற்கும் வாடிக்கையாளருக்கு தேவையான பரிகாரங்களை வழங்குவதற்கும் சட்டப்பூர்வமாக கடமைப்பட்டுள்ளது, அதாவது இழப்பீடு, பிழைகளை சரிசெய்தல் அல்லது கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளில் மாற்றங்கள் போன்றவை.

வங்கிக் குறைதீர்ப்பாளரின் குறிப்பிட்ட செயல்முறைகள், அதிகாரங்கள் மற்றும் அதிகார வரம்பு ஆகியவை நாடுகளுக்கு இடையே மாறுபடும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். எனவே, ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பொருந்தக்கூடிய குறிப்பிட்ட விவரங்கள் மற்றும் நடைமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு உங்கள் அதிகார வரம்பில் உள்ள தொடர்புடைய வங்கி ஒழுங்குமுறை ஆணையம் அல்லது நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நிறுவனத்தைப் பார்ப்பது நல்லது.

வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளர்

வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளன் என்பது இந்தியா உட்பட சில நாடுகளில் ஒரு சுதந்திரமான அதிகாரியாகும், இது வருமான வரி தொடர்பான குறைகள் மற்றும் புகார்களைத் தீர்ப்பதில் உதவுகிறது. குறைதீர்ப்பாளர் அலுவலகம் வரி

செலுத்துவோர் மற்றும் வருமான வரித் துறைக்கு இடையே ஒரு மத்தியஸ்தராக செயல்படுகிறது. புகார்கள் நியாயமாகவும் பாரபட்சமின்றியும் தீர்க்கப்படுவதை உறுதி செய்கிறது.

வருமான வரிக் குறைதீர்ப்பாளரின் முதன்மைப் பணி, வருமான வரி விவகாரங்கள் தொடர்பான குறைகளுக்கு விரைவான மற்றும் செலவு குறைந்த தீர்வு பொறிமுறையை வழங்குவதாகும். நீதிமன்றங்கள் அல்லது தீர்ப்பாயங்களை அணுகுவதற்கான நீண்ட மற்றும் முறையான செயல்முறைக்கு மாற்றாக ஒம்புட்ஸ்மேன் அலுவலகம் உள்ளது.

இந்தியாவில் வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளர் தொடர்பான சில முக்கிய குறிப்புகள் இங்கே:

நிறுவுதல்: இந்தியாவில் வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளர் அலுவலகம் வருமான வரி சட்டம், 1961 இன் விதிகளின் கீழ் நிறுவப்பட்டது.

அதிகார வரம்பு: வருமான வரி தொடர்பான விஷயங்களில் ஆம்புட்ஸ்மேனுக்கு அதிகார வரம்பு உள்ளது, அதாவது பணத்தைத் திரும்பப் பெறுவதில் தாமதம், வரி செலுத்துதல்களை வரவு செய்யாதது, உரிய நடைமுறைக்கு இணங்காதது அல்லது வரி செலுத்துவோர் எதிர்கொள்ளும் நிர்வாகச் சிக்கல்கள்.

உள்ளடக்கப்பட்ட குறைகள்: தனிநபர் வரி செலுத்துவோர், இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பங்கள் (HUFs) மற்றும் வேறு சில குறிப்பிட்ட நிறுவனங்களின் குறைகளை ஒம்புட்ஸ்மேன் நிவர்த்தி செய்யலாம். எவ்வாறாயினும், வரி தகராறுகள் அல்லது நீதிமன்றங்களில் நிலுவையில் உள்ள விஷயங்கள் போன்ற சில வகையான குறைகள் பொதுவாக உள்ளடக்கப்படுவதில்லை.

செயல்முறை: வரி செலுத்துவோர், வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளரை

அணுகி, பரிந்துரைக்கப்பட்ட வடிவத்தில் புகார் அளிக்கலாம். புகார் உத்தரவு கிடைத்த நாளிலிருந்து அல்லது புகார் வந்த நாளிலிருந்து ஒரு வருடத்திற்குள் தாக்கல் செய்யப்பட வேண்டும்.

ஓம்புட்ஸ்மேன் புகாரை விசாரித்து, பேச்சுவார்த்தைகள் அல்லது பரிந்துரைகள் மூலம் அதன் தீர்வை எளிதாக்குகிறார்.

அதிகாரங்கள்: சாட்சிகளை வரவழைத்து விசாரிக்கவும், பதிவுகளுக்கு அழைக்கவும், சம்பந்தப்பட்ட அதிகாரிகளிடமிருந்து தகவல்களைப் பெறவும் குறைதீர்ப்பாளருக்கு அதிகாரம் உண்டு. குறைகளைத் தீர்க்க வருமான வரித்துறை எடுக்க வேண்டிய தகுந்த நடவடிக்கைகளையும் அவர்கள் பரிந்துரைக்கலாம்.

முடிவு மற்றும் அமலாக்கம்: புகாரை ஆய்வு செய்த பிறகு, குறைதீர்ப்பாளன் பரிந்துரைகள் அல்லது அறிக்கையை வருமான வரித் துறை மற்றும் வரி செலுத்துவோருக்கு வழங்குகிறார். ஒரு குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் ஓம்புட்ஸ்மேனின் பரிந்துரைகளுக்கு இணங்க வேண்டும், மேலும் வரி செலுத்துபவருக்கு பரிந்துரைகளை ஏற்கவோ அல்லது நிராகரிக்கவோ விருப்பம் உள்ளது.

வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளரின் குறிப்பிட்ட செயல்பாடுகள், அதிகாரங்கள் மற்றும் நடைமுறைகள் நாட்டிற்கு நாடு வேறுபடலாம் என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். ஒரு குறிப்பிட்ட அதிகார வரம்பில் உள்ள வருமான வரி குறைதீர்ப்பாளரைப் பற்றி உங்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட வினவல் அல்லது உதவி தேவைப்பட்டால், அந்த நாட்டின் தொடர்புடைய சட்டம் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் பார்ப்பது நல்லது.

ஓம்புட்ஸ்மேனின் முக்கியத்துவம்

அரசாங்கம், பெருநிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் போன்ற பல்வேறு

தூழல்களில் தனிநபர்களின் உரிமைகள் மற்றும் நலன்களைப் பாதுகாப்பதில் ஒம்புட்ஸ்மேன் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார். ஒம்புட்ஸ்மேனின் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துக்காட்டும் சில முக்கிய காரணங்கள் இங்கே:

வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புணர்வை ஊக்குவித்தல்:

ஒம்புட்ஸ்மேன் ஒரு சுயாதீனமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற அமைப்பாகச் செயல்படுகிறார், இது பொது அதிகாரிகள், முகவர்கள் மற்றும் நிறுவனங்களை அவர்களின் செயல்களுக்குப் பொறுப்பாக்குகிறது. புகார்கள் மற்றும் குறைகளை விசாரிப்பதன் மூலம், ஒம்புட்ஸ்மேன் முடிவெடுக்கும் செயல்முறைகளில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் நேர்மையை உறுதிசெய்து, அதன் மூலம் பொது நிர்வாகத்தில் நம்பிக்கையை மேம்படுத்துகிறார்.

குடிமக்களின் உரிமைகளைப் பாதுகாத்தல்:

சட்ட, நிர்வாக அல்லது நெறிமுறை தரங்களை மீறுவது தொடர்பான புகார்களைப் பெறுவதன் மூலம் குடிமக்களின் உரிமைகளின் முக்கிய பாதுகாவலராக ஒம்புட்ஸ்மேன் பணியாற்றுகிறார். இதில் மனித உரிமை மீறல்கள், பாகுபாடு, ஊழல், அதிகாரத்துவ முறைகேடு மற்றும் தவறான நிர்வாகம். ஒம்புட்ஸ்மேன் இந்த புகார்களை விசாரிக்கிறார், தகராறுகளை மத்தியஸ்தம் செய்கிறார் மற்றும் பாதிக்கப்பட்ட நபர்களுக்கு தீர்வுகளை வழங்க முயற்சிக்கிறார்.

தகராறுகளைத் தீர்ப்பது மற்றும் வழக்கைக் குறைத்தல்:

நடுநிலையான மூன்றாம் தரப்பினராக, ஒம்புட்ஸ்மேன் ஒரு மாற்று தகராறு தீர்வு பொறிமுறையை வழங்குகிறது, இது தனிநபர்கள் முறையான சட்ட நடவடிக்கைகளை நாடாமல் மோதல்களைத் தீர்க்க உதவுகிறது. இது நேரத்தையும் வளங்களையும் மிச்சப்படுத்துவதோடு மட்டுமல்லாமல்

நீதித்துறையின் சுமையையும் குறைக்கிறது.

பொது சேவைகளை மேம்படுத்துதல்:

முறையான சிக்கல்கள் மற்றும் திறமையின்மைகளைக் கண்டறிவதன் மூலம் பொதுச் சேவைகளை மேம்படுத்துவதற்கு ஒம்புட்ஸ்மேன் பங்களிக்கிறார். விசாரணைகள் மற்றும் பரிந்துரைகள் மூலம், ஒம்புட்ஸ்மேன் சேவைகளை வழங்குவதில் மேம்பாடுகளை ஏற்படுத்த முடியும், இதன் மூலம் பொதுமக்கள் பெருமளவில் பயனடைவார்கள்.

நல்லாட்சியை வளர்ப்பது:

நிர்வாகத்தில் வெளிப்படைத்தன்மை, பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் நேர்மையை உறுதி செய்வதன் மூலம், நல்ல நிர்வாக நடைமுறைகளை ஊக்குவிப்பதற்கு ஒம்புட்ஸ்மேன் உதவுகிறார். பொது நிர்வாகத்திற்குள் ஒருமைப்பாடு, நெறிமுறைகள் மற்றும் சட்டத்தின் ஆட்சியை கடைபிடிப்பது ஆகியவை இதில் அடங்கும், இது அரசாங்க நிறுவனங்களின் மீது பொது நம்பிக்கை மற்றும் நம்பிக்கையை அதிகரிக்க வழிவகுக்கிறது.

பாதிக்கப்படக்கூடிய குழுக்களை மேம்படுத்துதல்:

குழந்தைகள், முதியவர்கள், புலம்பெயர்ந்தோர் மற்றும் குறைபாடுகள் உள்ள தனிநபர்கள் உட்பட, ஒதுக்கப்பட்ட மற்றும் பாதிக்கப்படக்கூடிய குழுக்களின் தேவைகள் மற்றும் கவலைகளுக்கு குறைதீர்ப்பாளன் அடிக்கடி சிறப்பு கவனம் செலுத்துகிறார். அவர்களின் உரிமைகளுக்காக வாதிடுவதன் மூலமும், அவர்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதன் மூலமும், ஒம்புட்ஸ்மேன் மிகவும் உள்ளடக்கிய மற்றும் சமத்துவமான சமூகத்திற்கு பங்களிக்கிறார்.

நிறுவன முன்னேற்றத்தை ஊக்குவித்தல்:

ஒம்புட்ஸ்மேன் நிறுவனங்களுக்குள் உள்ளக வளமாகச் செயல்படுகிறார்,

முறையான சிக்கல்களைக் கண்டறிய உதவுகிறார் மற்றும் எதிர்கால சிக்கல்களைத் தடுக்க தேவையான மாற்றங்களைப் பரிந்துரைக்கிறார். இது மேம்பட்ட நிறுவன கலாச்சாரம், அதிகரித்த செயல்திறன் மற்றும் மேம்பட்ட பணியாளர் நல்வாழ்வுக்கு வழிவகுக்கும்.

சுருக்கமாக, ஜனநாயகக் கொள்கைகளை நிலைநிறுத்துவதில், தனிநபர்களின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதில், பல்வேறு துறைகளில் பொறுப்புக்கூறல் மற்றும் நியாயத்தன்மையை உறுதி செய்வதில் ஒம்புட்ஸ்மேன் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார். குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதன் மூலமும், மோதல்களைத் தீர்ப்பதன் மூலமும், அமைப்பு ரீதியான மேம்பாடுகளுக்காக வாதிடுவதன் மூலமும், ஒம்புட்ஸ்மேன் சமூகத்தின் ஒட்டுமொத்த நல்வாழ்வுக்கு பங்களிக்கிறார்.

லோக்பால்

கீழ் லோக்பால் உருவாக்கப்பட்டதுலோக்பால் மற்றும் லோக் ஆயுத்தாக்கள்2013-ஆம் ஆண்டு பொதுப்பணித்துறை அதிகாரிகள், பிரதமர் மீதும் ஊழலை விசாரிக்க சட்டம். லோக்பால் அதன் உள் விசாரணைப் பிரிவான மத்திய பணியக புலனாய்வு (சிபிஐ) விசாரணைக்கு உத்தரவிடலாம்.மத்திய விஜிலென்ஸ் கமிஷன்(CVC).

தீர்ப்பாயங்கள்

நீதிமன்றங்களில் வழக்குகளை தீர்ப்பதில் ஏற்படும் காலதாமதத்தை தீர்ப்பதற்காக தீர்ப்பாயங்கள் உருவாக்கப்படுகின்றன. இவை அரை நீதித்துறை நிறுவனங்கள். மிக முக்கியமான சில தீர்ப்பாயங்கள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

1. மத்திய நிர்வாக தீர்ப்பாயம் (CAT)
2. ரயில்வே உரிமைகோரல் தீர்ப்பாயம்

3. கடன் மீட்பு தீர்ப்பாயம்
4. சுங்க, கலால் மற்றும் சேவை வரி தீர்ப்பாயம்
5. வருமான வரி மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயம்
6. தொழிலாளர் தீர்ப்பாயம்

மத்திய நிர்வாக தீர்ப்பாயம் (CAT)

மத்திய நிர்வாக தீர்ப்பாயம் (CAT) என்பது இந்தியாவில் உள்ள ஒரு சிறப்பு நிர்வாக தீர்ப்பாயம் ஆகும், இது மத்திய அரசு ஊழியர்கள் மற்றும் அரசு ஊழியர்களின் தகராறுகள் மற்றும் குறைகளை கையாள்கிறது. இது மத்திய நிர்வாக தீர்ப்பாய சட்டம், 1985ன் கீழ் நிறுவப்பட்டது.

ஆட்சேர்ப்பு, பதவி உயர்வு, ஒழுங்கு நடவடிக்கைகள் மற்றும் அரசு ஊழியர்களைப் பற்றிய பிற நிர்வாக சிக்கல்கள் தொடர்பான சர்ச்சைகள் மற்றும் சேவை விஷயங்களைத் தீர்ப்பதற்காக ஒரு பிரத்யேக மன்றத்தை வழங்க CAT நிறுவப்பட்டது. இது போன்ற விஷயங்களில் விரைவான மற்றும் திறமையான தீர்வை உறுதி செய்வதையும் வழக்கமான நீதிமன்றங்களின் சமையை குறைப்பதையும் இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

CAT இன் அதிகார வரம்பு, அரசு ஊழியர்கள், பாதுகாப்புப் பணியாளர்கள் மற்றும் பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் பணியாளர்கள், தன்னாட்சி அமைப்புகள் மற்றும் மத்திய அரசின் கீழ் வரும் சட்டப்பூர்வ அதிகாரிகள் உட்பட பல்வேறு வகை ஊழியர்களுக்கு நீட்டிக்கப்பட்டுள்ளது. மாநில அரசுகள் அந்தந்த ஊழியர்களுக்காக மாநில நிர்வாக தீர்ப்பாயங்களை (SAT) நிறுவுவதற்கான விருப்பத்தையும் கொண்டுள்ளது.

CAT ஆனது பொதுவாக ஓய்வுபெற்ற நீதிபதிகள் அல்லது நிர்வாக விஷயங்களில் நிபுணத்துவம் பெற்ற அரசு ஊழியர்களைக் கொண்ட நிர்வாக உறுப்பினர்களைக் கொண்டுள்ளது. இந்தியாவின் பல்வேறு நகரங்களில்

அமைந்துள்ள பல பெஞ்சுகள் மூலம் தீர்ப்பாயம் செயல்படுகிறது. இந்த பெஞ்சுகள் அந்தந்த அதிகார வரம்புகளுக்குள் உள்ள வழக்குகளை விசாரித்து தீர்ப்பு வழங்குவதற்கு பொறுப்பு.

CAT இன் முடிவுகள் சம்பந்தப்பட்ட உயர் நீதிமன்றங்களில் மேல்முறையீடு செய்யப்படலாம், மேலும் சட்டம் தொடர்பான கேள்விகள் இருந்தால், இந்திய உச்ச நீதிமன்றத்திலும் மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

ஒட்டுமொத்தமாக, மத்திய அரசு ஊழியர்களின் சேவை விவகாரங்கள் தொடர்பான சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கும், நிர்வாக விஷயங்களில் விரைவான மற்றும் நியாயமான நீதியை உறுதி செய்வதற்கும் ஒரு பிரத்யேக தளத்தை வழங்குவதில் மத்திய நிர்வாக தீர்ப்பாயம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

ரயில்வே உரிமைகோரல் தீர்ப்பாயம்

ரயில்வே உரிமைகோரல் தீர்ப்பாயம் (RCT) என்பது இந்தியாவில் உள்ள ஒரு சிறப்பு நீதித்துறை அமைப்பாகும், இது இந்திய ரயில்வே சம்பந்தப்பட்ட விபத்துக்கள் மற்றும் பிற சம்பவங்கள் தொடர்பான உரிமைகோரல்களைக் கையாளுகிறது மற்றும் தீர்ப்பளிக்கிறது. இது ரயில்வே க்ளைம்ஸ் ட்ரிப்யூனல் சட்டம், 1987ன் கீழ் நிறுவப்பட்டது, மேலும் இது ஒரு சுதந்திரமான ஆணையமாக செயல்படுகிறது.

ரயில்வே உரிமைகோரல் தீர்ப்பாயத்தின் முதன்மை நோக்கம் விபத்துக்கள், விரும்பத்தகாத சம்பவங்கள் அல்லது இந்திய ரயில்வே தொடர்பான பிற விஷயங்களில் இருந்து எழும் இழப்பீடு கோரிக்கைகளைத் தீர்ப்பதற்கான திறமையான மற்றும் அணுகக்கூடிய மன்றத்தை வழங்குவதாகும். இது விரைவான நீதியை உறுதி செய்வதையும், ரயில்வே சேவைகளைப் பயன்படுத்தும் போது இழப்பு அல்லது காயம் அடைந்த நபர்களுக்கு நிவாரணம் வழங்குவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

பல்வேறு வகையான உரிமைகோரல்களைக் கேட்க RCTக்கு அதிகாரம் உள்ளது, அவற்றுள்:

விபத்து மரணம் அல்லது காயம் கோரிக்கைகள்: ஒரு நபர் ஒரு ரயில் விபத்து காரணமாக காயம் அல்லது இறப்பு ஏற்படும் போது, RCT பாதிக்கப்பட்ட தனிநபர் அல்லது அவர்களின் சட்டப்பூர்வ வாரிசுகளால் தாக்கல் செய்யப்பட்ட இழப்பீட்டுக்கான கோரிக்கைகளை தீர்ப்பளிக்க முடியும்.

இழப்பு, அழிவு அல்லது சரக்கு சேதத்திற்கான உரிமைகோரல்கள்: இந்திய இரயில்வேயால் கடத்தப்படும் சரக்குகள் தொலைந்து போனாலோ, அழிந்து போனாலோ அல்லது சேதமடைந்தாலோ, பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினரால் தாக்கல் செய்யப்பட்ட இழப்பீட்டுத் தொகைக்கான கோரிக்கைகளை RCT கேட்கலாம்.

கட்டணத்தைத் திரும்பப் பெறுவதற்கான உரிமைகோரல்கள்: ரத்துசெய்தல், தாமதம் அல்லது ரயில்வே நிர்வாகத்திற்குக் காரணமான பிற காரணங்களால் பயணிகள் பயணத்தை மேற்கொள்ள முடியாத சந்தர்ப்பங்களில் கட்டணத்தைத் திரும்பப் பெறுவதற்கான கோரிக்கைகளையும் RCT பெறலாம்.

ரயில்வே உரிமைகோரல் தீர்ப்பாயம் இந்திய அரசாங்கத்தால் நியமிக்கப்பட்ட தலைவர் மற்றும் பிற உறுப்பினர்களைக் கொண்டுள்ளது. தலைவர் பொதுவாக ஒரு உயர் நீதிமன்றத்தின் ஓய்வு பெற்ற நீதிபதி அல்லது இந்திய அரசாங்கத்தின் செயலர் பதவியில் உள்ள நிர்வாக அதிகாரி.

RCT ஆனது நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளில் அமைந்துள்ள அதன் பல்வேறு பெஞ்சுகள் மூலம் செயல்படுகிறது, உரிமை கோருபவர்கள் தங்கள் அதிகார வரம்பின் அடிப்படையில் தங்கள் உரிமைகோரல்களை அருகிலுள்ள பெஞ்சில் தாக்கல் செய்ய அனுமதிக்கிறது.

இங்கு வழங்கப்பட்ட தகவல்கள் செப்டம்பர் 2021 வரை துல்லியமாக இருக்கும் போது, இந்தியாவில் உள்ள ரயில்வே உரிமைகோரல்கள் தீர்ப்பாயம் தொடர்பான மிகவும் புதுப்பித்த மற்றும் துல்லியமான தகவல்களுக்கு சமீபத்திய அதிகாரப்பூர்வ ஆதாரங்கள் அல்லது சட்ட வல்லுனர்களைக் கலந்தாலோசிக்க எப்போதும் பரிந்துரைக்கப்படுகிறது.

கடன் மீட்பு தீர்ப்பாயம்

கடன் மீட்பு தீர்ப்பாயம் (டிஆர்டி) என்பது இந்தியாவில் உள்ள ஒரு சிறப்பு சட்ட அமைப்பாகும், இது வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களின் சட்டம், 1993 (டிஆர்டி சட்டம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது) காரணமாக நிறுவப்பட்டது. வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களுக்குச் செலுத்த வேண்டிய கடனைத் திரும்பப் பெறுவதற்கான விரைவான மற்றும் திறமையான வழிமுறையை வழங்குவதே டிஆர்டியின் முதன்மை நோக்கமாகும்.

கடன் மீட்பு தீர்ப்பாயம் பற்றிய சில முக்கிய குறிப்புகள் இங்கே:
அதிகார வரம்பு: தற்போது 20 லட்சம் ரூபாய் (2 மில்லியனாக) உள்ள ஒரு குறிப்பிட்ட வரம்புக்கு மேல் கடன்களை வசூலிப்பது தொடர்பான வழக்குகளில் DRT களுக்கு அதிகாரம் உள்ளது.

ரூபாய்) அல்லது அதற்கு மேல். செயல்படாத சொத்துக்கள் (NPAs) உட்பட வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களால் வழங்கப்படும் கடன்கள் மற்றும் முன்பணங்கள் தொடர்பான வழக்குகளை அவர்கள் கையாளுகின்றனர்.

அதிகாரங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள்: கடன்களைத் திரும்பப் பெறுவதற்காக வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களால் தாக்கல் செய்யப்படும் விண்ணப்பங்களை விசாரித்து முடிவெடுக்கும் அதிகாரம் DRTகளுக்கு உண்டு. கடன் வாங்கியவர்களால் எழுப்பப்படும் எதிர்-களைம்கள் மற்றும் செட்-ஆஃப்களையும் அவர்கள் மகிழ்விக்க முடியும். DRT கள் மீட்புச் சான்றிதழ்களை

வழங்கலாம், பின்னர் அவை நிலுவைத் தொகையை மீட்டெடுப்பதற்காக மீட்பு அதிகாரியால் செயல்படுத்தப்படும்.

நிறுவதல்: DRT கள் மத்திய அரசால் நிறுவப்பட்டு இந்தியா முழுவதும் பல்வேறு நகரங்களில் அமைந்துள்ளன. ஒவ்வொரு டிஆர்டிக்கும் தலைமை தாங்கும் அதிகாரி தலைமை தாங்குகிறார், அவர் வழக்கமாக மாவட்ட நீதிபதி பதவியில் உள்ள நீதித்துறை அதிகாரியாக இருப்பார்.

மேல்முறையீட்டு ஆணையம்: பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினர், டிஆர்டிகள் பிறப்பித்த உத்தரவுகளுக்கு எதிராக கடன் மீட்பு மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயத்தில் (டிஆர்ஏடி) மேல்முறையீடு செய்யலாம். DRAT ஒரு மேல்முறையீட்டு அமைப்பாக செயல்படுகிறது மற்றும் DRT முடிவுகளை மதிப்பாய்வு செய்வதற்கான வழியை வழங்குகிறது.

காலக்கெடுவுக்கான நடவடிக்கைகள்: டிஆர்டி சட்டம், வழக்குகளை விரைவாக தீர்ப்பதை உறுதி செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. டிஆர்டிகள் நடைமுறைகளை முடிக்கவும் தீர்ப்புகளை வழங்கவும் தேவைப்படும் கடுமையான காலக்கெடுவை சட்டம் வழங்குகிறது.

மீட்பு வழிமுறைகள்: கடன்களை மீட்பதற்கு டிஆர்டிகள் பல்வேறு வழிமுறைகளைக் கொண்டுள்ளன. கடன் வாங்குபவரின் சொத்துக்களை இணைத்தல் மற்றும் விற்பனை செய்தல், பெறுநரை நியமித்தல் மற்றும் மீட்பு செயல்முறையை எளிதாக்குவதற்கான பிற நடவடிக்கைகள் ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

இங்கு வழங்கப்பட்டுள்ள தகவல்கள் டிஆர்டி சட்டம் மற்றும் விஷயத்தைப் பற்றிய பொதுவான புரிதலின் அடிப்படையிலானவை என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். இந்தியாவில் கடன் மீட்பு தொடர்பான குறிப்பிட்ட வழக்குகள் அல்லது சூழ்நிலைகள் பற்றிய துல்லியமான மற்றும்

புதுப்பித்த தகவல்களுக்கு தொடர்புடைய சட்ட ஆதாரங்கள் அல்லது நிபுணர்களிடம் ஆலோசனை பெறுவது எப்போதும் அறிவுறுத்தப்படுகிறது.

சுங்க, கலால் மற்றும் சேவை வரி தீர்ப்பாயம்

சுங்க, கலால் மற்றும் சேவை வரி தீர்ப்பாயம் (CESTAT) என்பது சுங்கம், கலால் மற்றும் சேவை வரி விவகாரங்கள் தொடர்பான வழக்குகளை கையாளும் ஒரு இந்திய மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயமாகும்.

CESTAT சுங்கம், கலால் மற்றும் சேவை வரி தொடர்பான விஷயங்களில் கீழ்மட்ட அதிகாரிகளின் முடிவுகளுக்கு எதிரான மேல்முறையீடுகளைக் கேட்ட ஒரு சுயாதீனமான அரை-நீதித்துறை அமைப்பாக செயல்பட்டது. இந்த வரிகளின் வரிகள் மற்றும் வசூல் தொடர்பான பிரச்சனைகளுக்கு தகராறுகளை தீர்ப்பது மற்றும் நியாயமான மற்றும் பக்கச்சார்பற்ற தீர்வை வழங்குவது இதன் முதன்மை செயல்பாடு ஆகும்.

உயர் நீதிமன்றங்களில் இருந்து ஓய்வு பெற்ற நீதிபதிகள் அல்லது அனுபவமுள்ள தகுதிவாய்ந்த சட்ட வல்லுநர்களாக இருந்த நீதித்துறை உறுப்பினர்களை இந்த தீர்ப்பாயம் கொண்டிருந்தது.

தொடர்புடைய துறைகளில். இந்த உறுப்பினர்கள் விசாரணைகளை நடத்துவதற்கும், சாட்சியங்களை ஆய்வு செய்வதற்கும், ஒவ்வொரு வழக்கின் தகுதியின் அடிப்படையில் தீர்ப்புகளை வழங்குவதற்கும் பொறுப்பானவர்கள்.

CESTAT இன் முடிவுகள் பிணைக்கப்பட்டுள்ளன, மேலும் வழக்கின் தன்மை மற்றும் சிக்கலான தன்மையைப் பொறுத்து உயர் நீதிமன்றம் அல்லது இந்திய உச்ச நீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

வருமான வரி மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயம்

வருமான வரி மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயம் (ITAT) என்பது இந்தியாவில் உள்ள ஒரு சுதந்திரமான நீதித்துறை அமைப்பாகும், இது வருமான வரி

விவகாரங்கள் தொடர்பான மேல்முறையீடுகளை விசாரிப்பதில் நிபுணத்துவம் பெற்றது. இது உயர் நீதிமன்றம் மற்றும் உச்ச நீதிமன்றத்திற்குக் கீழே, நாட்டில் வருமான வரி தகராறுகளுக்கான இரண்டாவது மிக உயர்ந்த மன்றமாகும்.

ITAT ஆனது 1941 ஆம் ஆண்டு வருமான வரிச் சட்டம், 1961 இன் கீழ் ஒரு சட்டப்பூர்வ அமைப்பாக நிறுவப்பட்டது. வரி செலுத்துவோர் மற்றும் வருமான வரித் துறைக்கு இடையே உள்ள சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கு ஒரு பாரபட்சமற்ற மற்றும் சுதந்திரமான தளத்தை வழங்குவதே இதன் முதன்மை செயல்பாடு ஆகும். இந்த தீர்ப்பாயம் பொதுவாக இந்திய வருவாய் சேவையின் (IRS) ஓய்வுபெற்ற நீதிபதிகள் அல்லது இந்திய சட்ட சேவையின் ஓய்வுபெற்ற அதிகாரிகள் மற்றும் கணக்கியல் மற்றும் வரிவிதிப்பு விஷயங்களில் நிபுணத்துவம் வாய்ந்த கணக்கியல் உறுப்பினர்களைக் கொண்டுள்ளது.

ITAT இன் அதிகார வரம்பு இந்தியா முழுவதும் பரவியுள்ளது, மேலும் இது நாடு முழுவதும் உள்ள பல்வேறு நகரங்களில் பெஞ்சுகளைக் கொண்டுள்ளது. மதிப்பீட்டு அதிகாரி அல்லது வருமான வரி ஆணையர் (மேல்முறையீடுகள்) போன்ற வரி அதிகாரிகளால் இயற்றப்பட்ட உத்தரவுகளுக்கு எதிராக ITAT க்கு மேல்முறையீடு செய்ய வரி செலுத்துவோர் உரிமை உண்டு. மதிப்பீடுகள், அபராதங்கள், சில பரிவர்த்தனைகளின் வரி விதிப்பு தொடர்பான சர்ச்சைகள் மற்றும் பரிமாற்ற விலைச் சிக்கல்கள் உள்ளிட்ட பல்வேறு வகையான வருமான வரி விஷயங்களைக் கேட்டு முடிவெடுக்க தீர்ப்பாயத்திற்கு அதிகாரம் உள்ளது.

ITAT இயற்கை நீதியின் சில கொள்கைகளைப் பின்பற்றுகிறது மற்றும் அதன் நடவடிக்கைகளை அரை-நீதிமுறை முறையில் நடத்துகிறது. சாட்சிகளை வரவழைக்கவும், சாட்சியங்களை விசாரிக்கவும், வழக்கின் தகுதி மற்றும் வருமான வரிச் சட்டத்தின் விதிகளின் அடிப்படையில் அதன்

முடிவுகளை எடுக்கவும் அதிகாரம் உள்ளது. ITAT இன் முடிவுகள் வருமான வரித் துறை மற்றும் வரி செலுத்துவோர் மீது பிணைக்கப்பட்டுள்ளன, இருப்பினும் இரு தரப்பினரும் உயர் நீதிமன்றத்திலும் இறுதியில் உச்ச நீதிமன்றத்திலும் மேல்முறையீடு செய்ய விருப்பம் உள்ளது.

ஒட்டுமொத்தமாக, வருமான வரி தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான ஒரு சுயாதீனமான மற்றும் திறமையான வழிமுறையை உறுதி செய்வதன் மூலம் இந்திய வரி நிர்வாக அமைப்பில் ITAT முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

தொழிலாளர் தீர்ப்பாயம்

தொழிலாளர் தீர்ப்பாயம், சில அதிகார வரம்புகளில் வேலைவாய்ப்பு தீர்ப்பாயம் அல்லது தொழிலாளர் நீதிமன்றம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது சர்ச்சைகளைத் தீர்க்கும் ஒரு சிறப்பு நீதித்துறை அமைப்பாகும்.

முதலாளிகளுக்கும் ஊழியர்களுக்கும் இடையில். இது வேலைவாய்ப்பு தொடர்பான மோதல்களைத் தீர்ப்பதற்கும் தொழிலாளர் சட்டங்களுக்கு இணங்குவதை உறுதி செய்வதற்கும் ஒரு நியாயமான மற்றும் பாரபட்சமற்ற மன்றத்தை வழங்க வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது.

தொழிலாளர் தீர்ப்பாயத்தின் குறிப்பிட்ட கட்டமைப்பு மற்றும் நடைமுறைகள் அது செயல்படும் நாடு அல்லது அதிகார வரம்பைப் பொறுத்து மாறுபடலாம். எவ்வாறாயினும், நியாயமற்ற பணிநீக்கங்கள், ஊதிய தகராறுகள், பாகுபாடு கோரிக்கைகள், வேலை ஒப்பந்தங்களை மீறுதல் மற்றும் பிற தொழிலாளர் தொடர்பான பிரச்சினைகள் போன்ற வேலை தொடர்பான வழக்குகளைக் கேட்பதே பொதுவான நோக்கமாகும்.

பொதுவாக, தொழிலாளர் தீர்ப்பாயமானது வேலைவாய்ப்பு சட்டத்தில் நிபுணத்துவம் பெற்ற குழு அல்லது ஒற்றை நீதிபதியைக் கொண்டுள்ளது. முதலாளி மற்றும் பணியாளர் உட்பட சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினர் தங்கள்

வழக்குகளை முன்வைத்து, அவர்களின் கோரிக்கைகளை ஆதரிக்கும் ஆதாரங்களை வழங்குகிறார்கள். தீர்ப்பாயம் பின்னர் ஆதாரங்களை மதிப்பீடு செய்து, தொடர்புடைய தொழிலாளர் சட்டங்களைப் பயன்படுத்துகிறது மற்றும் வழக்கின் தகுதியின் அடிப்படையில் ஒரு முடிவை எடுக்கிறது. தீர்ப்பாயத்தின் முடிவு சட்டப்பூர்வமாக பிணைக்கப்பட்டுள்ளது மற்றும் செயல்படுத்தக்கூடியது.

தொழிலாளர் தீர்ப்பாயங்கள் பாரம்பரிய நீதிமன்றங்களுடன் ஒப்பிடும்போது குறைவான முறையான மற்றும் அணுகக்கூடிய செயல்முறையை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. முறையான விசாரணைக்குச் செல்வதற்கு முன், மத்தியஸ்தம் அல்லது பிற மாற்று தகராறு தீர்வு முறைகள் மூலம் தங்கள் தகராறுகளைத் தீர்க்க கட்சிகளை ஊக்குவிக்கலாம். இந்த அணுகுமுறை விரைவான தீர்வுகளை ஊக்குவிக்க உதவுகிறது, செலவுகளைக் குறைக்கிறது மற்றும் வழக்கமான நீதிமன்ற அமைப்பின் சுமையை எளிதாக்குகிறது.

தொழிலாளர் தீர்ப்பாயங்களின் முடிவுகள் மாறுபடலாம். நியாயமற்ற பணிநீக்கம், ஒப்பந்த உரிமைகளை அமல்படுத்துதல் அல்லது பிற பொருத்தமான தீர்வுகளுக்கு நிதி இழப்பீடு, மீண்டும் பணியமர்த்தல் அல்லது இழப்பீடு ஆகியவற்றை அவர்கள் உத்தரவிடலாம். இருப்பினும், கிடைக்கும் குறிப்பிட்ட தீர்வுகள், தீர்ப்பாயம் செயல்படும் அதிகார வரம்பில் உள்ள தொழிலாளர் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் பொறுத்தது.

தொழிலாளர் சட்டங்கள் மற்றும் தொழிலாளர் தீர்ப்பாயங்களின் அமைப்பு நாடுகளுக்கு இடையே கணிசமாக வேறுபடலாம் என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். எனவே, துல்லியமான மற்றும் புதுப்பித்த தகவலைப் பெறுவதற்கு ஒவ்வொரு அதிகார வரம்பிற்கும் குறிப்பிட்ட தொழிலாளர் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கலந்தாலோசிப்பது நல்லது.

மனுக்கள் மீதான குழு - நாடாளுமன்றக் குழு

இது பொதுமக்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதில் பணிபுரியும் ஒரு நாடாளுமன்றக் குழுவாகும், மேலும் ஒரு குடிமகன் குறைகளுக்கு எதிராகத் தீர்வு காண மனுக்களை சமர்ப்பிக்கலாம்.

மின் ஆளுமை - பொதுமக்கள் குறைகளை நிவர்த்தி செய்ய

தற்போதைய அரசாங்கம் தகவல் மற்றும் தகவல் தொடர்பு தொழில்நுட்பத்தை (ICT) பயன்படுத்தி பொதுமக்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதில் செயல்பட்டு வருகிறது. பொதுமக்களின் குறைகளை சரியான நேரத்தில் குறைக்க மின்-ஆளுகையை செயல்படுத்த அரசு மேற்கொண்டுள்ள குறிப்பிடத்தக்க முயற்சிகள் சில கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

- மத்திய மக்கள் குறை தீர்க்கும் மற்றும் கண்காணிப்பு அமைப்பு (CPGRAMS) -
- இது DARPG மற்றும் DPG உடன் இணைந்து தேசிய தகவல் மையம் (NIC) உருவாக்கிய ஒருங்கிணைந்த ஆன்லைன் குறை தீர்க்கும் மற்றும் கண்காணிப்பு அமைப்பாகும். CPGRAMS மூலம் குடிமக்கள் புகார்களை பதிவு செய்யலாம் மற்றும் அவர்களின் புகார்களின் நிலையை கண்காணிக்கலாம். இந்த அமைப்பு 2007 இல் உருவாக்கப்பட்டது.
- ப்ரோ-ஆக்டிவ்ஆளுகை மற்றும் சரியான நேரத்தில் செயல்படுத்துதல் (பிரகதி) - இது பிரதமர் அலுவலகம் (பிஎம்ஓ) மற்றும் என்ஐசியால் வடிவமைக்கப்பட்ட பலதரப்பட்ட மற்றும் பல்நோக்கு குறை தீர்க்கும் அமைப்பாகும். இது குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதிலும், அரசின் திட்டங்களைக் கண்காணிப்பதிலும் மத்திய அரசுக்கும் மாநில அரசுக்கும் இடையிலான ஒத்துழைப்பையும் ஒருங்கிணைப்பையும் அதிகரிக்கிறது.
- இ-நிவாரன் - இது மத்திய நேரடி வரிகள் வாரியத்தால் ஆன்லைனில் தொடங்கப்பட்டது வரி செலுத்துவோர் தொடர்பான குறைகளை நிவர்த்தி

செய்தல். வரி செலுத்துவோர் இந்த அமைப்பில் தங்கள் குறைகளை பதிவு செய்து கண்காணிக்கலாம் .

- ஒருங்கிணைந்த மொபைல் பயன்பாடுபுதிய வயது ஆளுகைக்கு (UMANG) - இது ஒரு ஒற்றைஇந்தியா முழுவதும் உள்ள குடிமக்கள் மத்திய அரசு தொடங்கி உள்ளாட்சி அமைப்புகள் வரை மின் ஆளுமை சேவைகளை அணுகக்கூடிய தளம்.
- MyGov - இது 2014 ஆம் ஆண்டு தொடங்கப்பட்ட ஒரு தளமாகும்
- நிவாரன் - இது லட்சக்கணக்கான ரயில்வே ஊழியர்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக 2016 இல் இந்திய ரயில்வேயால் தொடங்கப்பட்ட ஆன்லைன் போர்டல் ஆகும்.
- ஒருங்கிணைந்த குறை தீர்க்கும் பொறிமுறை (INGRAM) - இது நுகர்வோர் விவகார அமைச்சகத்தால் தொடங்கப்பட்ட ஒரு போர்டல் ஆகும்.
- மேரா அஸ்பதால் (என்மருத்துவமனை) - இது தேசிய சுகாதார இயக்கத்தின் கீழ் 2017 இல் சுகாதார அமைச்சகத்தால் தொடங்கப்பட்ட ஒரு பயன்பாடு மற்றும் போர்டல் ஆகும். அரசு மருத்துவமனைகளில் பெறப்படும் சேவைகள் குறித்து நோயாளிகளின் கருத்துக்களைப் பெறுவதற்காக இது இருந்தது. இது பொது வசதிகள் முழுவதும் வழங்கப்படும் சுகாதார சேவைகளின் தரத்தை மேம்படுத்த அரசாங்கத்திற்கு உதவும்.

பிற குடிமக்கள் குறை தீர்க்கும் வழிமுறைகள்

- தகவல் அறியும் உரிமைச் சட்டம் (ஆர்டிஐ) - திRTI சட்டம்2005 இல் நிறைவேற்றப்பட்டது. குடிமக்கள் அரசாங்கத்திடம் ஏதேனும் கேள்விகளைக் கேட்கவும், தகவல்களைத் தேடவும், அரசாங்க ஆவணங்களைப் பெறவும், அரசாங்கப் பணிகளை ஆய்வு செய்யவும் இது அதிகாரம் அளிக்கிறது. இந்தச் சட்டம் குடிமக்களுக்கு அதிகாரமளிப்பது மட்டுமல்லாமல், அரசாங்கத்தின்

செயல்பாட்டில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புக்கூறலை மேம்படுத்துவதாகும்.

- குடிமக்கள் சாசனம் - திகுடிமக்கள் சாசனத்தை உருவாக்கி செயல்படுத்தும் பணி DARPG ஆல் மேற்கொள்ளப்பட்டது. பொதுச் சேவைகளில் வெளிப்படைத் தன்மையைக் கொண்டு வரவும், தவறு நடந்தால் அதைச் சரிசெய்யவும் யோசனை இருந்தது. குடிமக்கள் சாசனத்தின் யோசனை முதன்முதலில் 1991 இல் ஐக்கிய இராச்சியத்தில் பொது சேவைகளை மையமாகக் கொண்டு முன்னோடியாக இருந்தது. இருப்பினும் குடிமக்கள் சாசனத்தில் பல ஓட்டைகள் உள்ளன, அவை சரிசெய்யப்பட வேண்டும்.
- கிராம சபை - குறைகளை நிவர்த்தி செய்ய கிராம மட்டங்களில் நடத்தப்படுகிறது கிராம சமூக உறுப்பினர்கள் .
- மூத்த குடிமக்கள் சட்டம் - மூத்த குடிமக்களின் குறைகளை தீர்க்க இது நிறைவேற்றப்பட்டுள்ளது .
- தங்கும் விடுதிகள் சட்டம் - பணிபுரியும் பெண்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக இது நிறைவேற்றப்பட்டுள்ளது .

நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையம் (ARC) - 2 கமிஷன்கள்

நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையம் (ARC) என்பது இந்தியாவில் உள்ள பொது நிர்வாக அமைப்பை சீர்திருத்த பரிந்துரைகளை வழங்குவதற்காக இந்திய அரசால் நியமிக்கப்பட்ட குழு ஆகும். இதுவரை 2 நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையங்கள் உள்ளன. விவரங்கள் கீழே பகிரப்பட்டுள்ளன.

1வது நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையம் (ARC)

1. 1வது ARC ஜனவரி 5, 1966 இல் நிறுவப்பட்டது.
2. கமிஷன் தலைவராக மொரார்ஜி தேசாய் இருந்தார், பின்னர் கே.ஹனுமந்தையா தலைவராக இருந்தார்

1வது ARC இன் ஆணை

1. நிதி, பணியாளர்கள், பொருளாதாரம், மாவட்ட, விவசாய நிர்வாகங்களை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகளை பரிந்துரைக்கும் ஆணை அவர்களுக்கு பணிக்கப்பட்டது.
2. பாதுகாப்பு, உளவுத்துறை, வெளிவிவகாரம், இரயில்வே தொடர்பான நிர்வாகங்கள் 2வது ஏஆர்சியின் வரம்பிலிருந்து விலக்கப்பட்டன.

2வது நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையம் (ARC)

1. 2வது ARC 31 ஆகஸ்ட் 2015 அன்று உருவாக்கப்பட்டது.
2. 2வது ஏஆர்சியின் தலைவராக வீரப்ப மொய்லி இருந்தார்.
3. பொது நிர்வாக அமைப்பை சீரமைக்க பணிக்கப்பட்டது.

2வது ARC அறிக்கை

2வது ARC பின்வரும் பகுதிகளை உள்ளடக்கிய 15 அறிக்கைகளை சமர்ப்பித்தது

1. தகவல் அறியும் உரிமை (ஆர்டிஐ)
2. ஆட்சியில் நெறிமுறைகள்
3. உள்ளூர் நிர்வாகம்
4. பொது நிர்வாகம்
5. மின் ஆளுமை
6. பயங்கரவாதத்தை எதிர்த்தல்
செவ்வோட்டம்

1. இது 2வது நிர்வாக சீர்திருத்த ஆணையத்தால் முன்மொழியப்பட்ட மாதிரி.
2. ஆங்கிலத்தில் மொழிபெயர்க்கப்பட்டால், செவ்வோட்டம் என்றால் சிறந்த சேவை.
3. இது குறை தீர்க்கும் வழிமுறைகளுக்கான நிலையான மாதிரியை வழங்கும்.
இது குடிமக்கள் சாசனத்தின் ஓட்டைகளை அடைக்கும்.

4. குடிமக்களுக்கு வழங்கப்படும் சேவையின் தரத்தை மேம்படுத்துவதில் செவோட்டம் கவனம் செலுத்துகிறது.

செவோட்டம் - கவனம் செலுத்தும் பகுதிகளின்வரும் 3 முக்கிய

களங்களில் உள்ள சிக்கல்களைச் சரிசெய்வதில் செவோட்டம் வேலை செய்யும்.

1. பொது குறை தீர்க்கும் பொறிமுறை
2. குடிமக்கள் சாசனம்
3. சேவை விநியோகம்

குறைகளை நிவர்த்தி செய்தல் மற்றும் நிவர்த்தி செய்தல்

குறைகளை நிவர்த்தி செய்தல் மற்றும் நிவர்த்தி செய்தல் என்பது ஒரு நிறுவனம், நிறுவனம் அல்லது சமூகத்தில் உள்ள தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்கள் எதிர்கொள்ளும் புகார்கள், கவலைகள் அல்லது சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதற்கும் தீர்வு காண்பதற்கும் உள்ள செயல்முறைகள் மற்றும் வழிமுறைகளைக் குறிக்கிறது. பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினர் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகளுக்கு நியாயமான மற்றும் நியாயமான தீர்வை வழங்குவதை இந்த வழிமுறைகள் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கும் நிவர்த்தி செய்வதற்கும் சில பொதுவான அணுகுமுறைகள் இங்கே:

உள் புகார் வழிமுறைகள்: பல நிறுவனங்கள் குறைகளைக் கையாள உள் புகார் வழிமுறைகளைக் கொண்டுள்ளன. இது பொதுவாக ஒரு நியமிக்கப்பட்ட துறை அல்லது குழுவைப் பெறுதல், விசாரணை செய்தல் மற்றும் பொறுப்பு புகார்களைத் தீர்ப்பது. ஒரு சிக்கலால் பாதிக்கப்பட்ட ஊழியர்கள் அல்லது தனிநபர்கள் இந்த சேனல்கள் மூலம் புகாரைப் பதிவு செய்யலாம், மேலும் நிறுவனம் விசாரணையைத் தொடங்கி, கண்டுபிடிப்புகளின் அடிப்படையில் தகுந்த நடவடிக்கை எடுக்கும்.

ஓம்புட்ஸ்மேன்: பொது அல்லது தனியார் நிறுவனங்களுக்கு எதிரான புகார்களை விசாரிக்கவும், நிவர்த்தி செய்யவும் ஒரு சுயாதீன அதிகாரி நியமிக்கப்பட்டார். அவர்கள் ஒரு நடுநிலைக் கட்சியாகச் செயல்படுகிறார்கள் மற்றும் நியாயமான சிகிச்சை மற்றும் குறைகளைத் தீர்ப்பதை உறுதிசெய்ய வேலை செய்கிறார்கள். அரசு, சுகாதாரம், கல்வி மற்றும் நிதி சேவைகள் போன்ற பல்வேறு துறைகளில் குறைதீர்ப்பாளர்களைக் காணலாம்.

மத்தியஸ்தம் மற்றும் மத்தியஸ்தம்: மத்தியஸ்தம் மற்றும் மத்தியஸ்தம் என்பது மோதல்கள் மற்றும் குறைகளைத் தீர்க்கப் பயன்படுத்தப்படும் மாற்று தகராறு தீர்வு முறைகள் ஆகும். மத்தியஸ்தம் என்பது நடுநிலையான மூன்றாம் தரப்பினரை உள்ளடக்கியது, பரஸ்பரம் ஒப்புக்கொள்ளக்கூடிய தீர்வை எட்டுவதற்கு சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரிடையே தொடர்பு மற்றும் பேச்சுவார்த்தையை எளிதாக்குகிறது. மறுபுறம், நடுநிலையானது, இரு தரப்பிலிருந்தும் வாதங்களைக் கேட்டு, சர்ச்சையைத் தீர்ப்பதற்கு ஒரு பிணைப்பு முடிவை எடுக்கும் ஒரு நடுநிலை நடுவரை உள்ளடக்கியது.

சட்ட உதவி: பிற தீர்வுகள் பயனற்ற அல்லது கிடைக்காத சூழ்நிலைகளில், தனிநபர்கள் சட்டப்பூர்வ உதவியை நாடலாம். இது குறையை நிவர்த்தி செய்ய நீதிமன்றத்தில் ஒரு புகார் அல்லது வழக்கு பதிவு செய்வதை உள்ளடக்குகிறது. புகாரின் தன்மை மற்றும் சட்டப்பூர்வ அதிகார வரம்பைப் பொறுத்து, சட்ட நடவடிக்கைகள் இழப்பீடு, தடை உத்தரவுகள் அல்லது பிற வகையான நிவாரணங்களை ஏற்படுத்தலாம்.

குறை தீர்க்கும் அதிகாரிகள்: பல நாடுகளில் குறிப்பிட்ட குறை தீர்க்கும் அதிகாரிகள் அல்லது பல்வேறு களங்களில் உள்ள புகார்கள் மற்றும்

குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கு பொறுப்பான கமிஷன்கள் உள்ளன. இந்த அதிகாரிகளுக்கு பொதுவாக புகார்களை விசாரிக்கவும், உத்தரவுகளை வழங்கவும், பாதிக்கப்பட்ட தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்களுக்கு நிவாரணம் வழங்கவும் அதிகாரம் உள்ளது.

குறிப்பிட்ட தீர்வு மற்றும் தீர்வு வழிமுறைகள் அதிகார வரம்பு, அமைப்பு அல்லது சூழலைப் பொறுத்து மாறுபடலாம் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கான குறிப்பிட்ட செயல்முறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு பொருத்தமான கொள்கைகள், சட்டங்கள் அல்லது வழிகாட்டுதல்களைக் குறிப்பிடுவது நல்லது.

யூனிட் v

இந்தியாவில் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் கல்வி:

விழிப்புணர்வு இல்லாமை - தகவல் அணுகல் இல்லாமை - நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை உருவாக்குதல் மற்றும் மேம்படுத்தும் முறைகள் - மின் வணிகம் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் - நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகங்களின் பங்கு

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏன் முக்கியமானது?

வணிகர்கள் மற்றும் உற்பத்தியாளர்கள் செயற்கையான தட்டுப்பாடு, முறையற்ற நிலைமைகள், முரட்டுத்தனமான நடத்தை மற்றும் அதிக விலைகள் மூலம் நுகர்வோரை சுரண்டுகிறார்கள். எந்தவொரு பொருளாதாரத்திலும் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் என்பது அரசாங்கத்தின் இன்றியமையாத செயல்பாடாகும். சந்தையில் புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை நுகர்வோர் புரிந்து கொள்ள உதவும் வகையில் அரசு முகமைகளும் நுகர்வோர் குழுக்களும் தொடர்ந்து நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களைத் தொடங்குகின்றன.

நுகர்வோர் தங்கள் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு அவசியம். நுகர்வோர் விவகாரங்கள் துறை (டிசிஏ) நாடு முழுவதும் "ஜாகோ கிரஹக் ஜாகோ" என்ற தலைப்பில் மல்டிமீடியா விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களை நடத்தி வருகிறது. இந்த பிரச்சாரத்தின் மூலம், நுகர்வோர் மோசடியான நடைமுறைகள் மற்றும் சிக்கல்கள் மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட அரசாங்க அதிகாரிகளின் உதவியுடன் இந்தப் பிரச்சனைகளை எவ்வாறு கையாள்வது என்பது பற்றி அறிந்து கொள்ளலாம்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வின் நிலைகள்:

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு என்பது தயாரிப்புகளின் வெற்றி அல்லது தோல்வியின் மிக முக்கியமான அம்சமாகும். நுகர்வோர் பொருட்களைப் பற்றி அறிந்து, தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க முடிந்தால், அத்தகைய பொருட்களின் விற்பனை அதிகமாக இருக்கும் வாய்ப்புகள் அதிகம்.

சாத்தியமான நுகர்வோர் பற்றிய விழிப்புணர்வு ஐந்து நிலைகள் உள்ளன -

1. முற்றிலும் அறியாதவர்: சிக்கலைப் பற்றி முழுமையாக அறியாத ஒரு நுகர்வோர், அதனால் அந்தப் பிரச்சனைக்கான தீர்வு தெரியவில்லை.
2. பிரச்சனை தெரியும்: ஒரு வாடிக்கையாளர் தங்களுக்கு ஒரு பிரச்சனை இருப்பதை அறிந்தாலும், அந்த பிரச்சனைக்கு தீர்வுகள் உள்ளன என்று தெரியவில்லை.
3. தீர்வு பற்றிய விழிப்புணர்வு: நுகர்வோருக்கு பிரச்சனை தெரியும். தீர்வுகள் உள்ளன என்று அவருக்குத் தெரியும், ஆனால் இன்னும் ஒன்றைத் தேர்வு செய்யவில்லை மற்றும் தயாரிப்பு தெரியவில்லை.
4. தயாரிப்பு விழிப்புணர்வு: பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைப் பற்றி ஏற்கனவே அறிந்திருக்கும் ஆனால் அது அவர்களின் பிரச்சனைகளை தீர்க்கும் என்று உறுதியாக தெரியாத ஒரு நுகர்வோர். இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில், வணிகர் ஆட்சேபனைகளில் பணியாற்ற வேண்டும்.
5. முழுவதுமாகத் தெரியும்: இறுதியாக, உங்கள் தயாரிப்பைப் பற்றிய பல தகவல்களை அறிந்த வாடிக்கையாளர் வாங்கப் போகிறார், ஆனால் கடைசியாக ஒரு நடவடிக்கை தேவை.

சாத்தியமான வாங்குபவர்களின் விழிப்புணர்வை அறிவது எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் ஒரு சிறந்த நன்மையாகும். சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் விழிப்புணர்வின் நிலைக்கு ஏற்ப விற்பனை அளவை அதிகரிக்க வணிகங்கள்

பொருத்தமான உத்திகளை வடிவமைக்க இது அனுமதிக்கிறது.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வின் இந்த ஐந்து நிலைகளைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் வணிகங்கள் சரியான நேரத்தில் சரியான செய்தியுடன் சரியான நபரை அடைய முடியும்.

நுகர்வோர் என்ற வகையில் எங்களுக்கும் கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் உள்ளன. நாம் பெற விரும்பும் தயாரிப்புகளைப் பற்றி நாம் கோர வேண்டும் மற்றும் நமக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும்.

கல்வி பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லாமைக்கான காரணங்கள்

1. வறுமை
2. அனாதை
3. இல்லறம்
4. குழந்தை வளர்ப்பு
5. பொருள் துஷ்பிரயோகம்
6. மோசமான நிறுவனம்
7. சோம்பல்
8. கலாச்சார காரணிகள்
9. மதம்
10. மோதல்கள்
11. இயற்கை பேரழிவுகள்
12. போதிய சமூக உதவி இல்லை
13. போதிய கல்வி உள்கட்டமைப்பு இல்லை
14. ஆசிரியர் இடைவெளிகள்
15. ஆசிரியர்களின் குறைந்த தகுதி நிலைகள்

16. கற்றல் பொருட்கள் பற்றாக்குறை

17. பாலின பாகுபாடு

18. குறைபாடுகள்

வறுமை

கல்வியின் பற்றாக்குறை மற்றும் கல்வி ஏற்றத்தாழ்வுக்கு வறுமை ஒரு பெரிய காரணமாகக் கருதப்படலாம்.

ஏழைக் குடும்பங்களைச் சேர்ந்த குழந்தைகள் பெரும்பாலும் சரியான கல்வியைப் பெறுவதில்லை, ஏனெனில் அவர்களின் குடும்பங்கள் அவர்களைப் பள்ளிக்கு அனுப்புவது மிகவும் விலை உயர்ந்தது.

மேலும், இந்தக் குழந்தைகள் தங்கள் குடும்ப உறுப்பினர்களை நிதி ரீதியாக ஆதரிப்பதற்காக குடும்ப வருமானத்திற்கு பங்களிக்க வேண்டியிருப்பதால் பள்ளிக்குச் செல்வதற்குப் பதிலாக அடிக்கடி வேலை செய்ய வேண்டியிருக்கும்.

அனாதை

அனாதைகள் "சாதாரண" குழந்தைகளுடன் ஒப்பிடும்போது கல்வியின் பற்றாக்குறையால் பாதிக்கப்படுவதற்கான அதிக ஆபத்தில் உள்ளனர், ஏனெனில் அவர்களைப் பராமரிப்பவர்கள் பெரும்பாலும் இல்லை.

இது நிதி சிக்கலுக்கு வழிவகுக்கும், ஏனெனில் நீங்கள் இன்னும் குழந்தையாக இருக்கும்போது உங்கள் செலவுகளை ஈடுகட்ட போதுமான பணம் சம்பாதிப்பது மிகவும் கடினம்.

இதையொட்டி, இந்த குழந்தைகள் உயிர்வாழ போதுமான பணம் சம்பாதிக்க நிறைய வேலை செய்ய வேண்டிய நிலை ஏற்படலாம்.

இதனால், இந்த அனாதைகளுக்குப் பள்ளிக்குச் செல்ல நேரமில்லாமல் போகும், ஏனெனில் அவர்களுக்கு வேலை செய்ய நேரம் தேவை.

இல்லறம்

வீடற்ற பெற்றோரைக் கொண்ட குடும்பத்தில் நீங்கள் வளர்ந்தால், நீங்கள் சரியான கல்வியைப் பெற முடியாது, ஏனெனில் உங்கள் பெற்றோருக்கு உங்களைப் பள்ளிக்கு அனுப்ப போதுமான பணம் இருக்காது, மேலும் அவர்கள் போதைப் பழக்கம் போன்ற பிற பிரச்சனைகளைக் கொண்டிருப்பதால் அவர்கள் அதிகம் கவலைப்பட மாட்டார்கள். எனவே நீங்கள் புறக்கணிக்கப்படும் அபாயத்தில் இருக்கலாம்.

இவ்வாறு, வீடற்ற பெற்றோரைக் கொண்ட குடும்பத்தில் வளர்வதும் கல்விச் சமத்துவமின்மைக்கு பங்களிக்கக்கூடும்.

குழந்தை வளர்ப்பு

கல்வியறிவு இல்லாதபோது பெற்றோர் வளர்ப்பு ஒரு பெரிய காரணியாகும். உங்கள் பெற்றோர்கள் உங்கள் மீது எவ்வளவு அக்கறை காட்டுகிறீர்களோ, அவ்வளவு குறைவாக நீங்கள் கல்வியில் தேர்ச்சி பெறுவீர்கள்.

அவர்களே குறைந்த அளவிலான கல்வியைக் கொண்டிருக்கலாம் மற்றும் மகிழ்ச்சியான வாழ்க்கைக்கு இந்த கல்வி நிலை போதுமானது என்று நினைக்கலாம். எனவே, அவர்கள் உங்களை அதே கல்விப் பாதையில் வழிநடத்தலாம், இது உங்களுக்கு கல்வியின் பற்றாக்குறைக்கு வழிவகுக்கும்.

பொருள் துஷ்பிரயோகம்

அனைத்து வகையான பொருட்களையும் துஷ்பிரயோகம் செய்வது கல்வியின் பற்றாக்குறைக்கு பங்களிக்கும். நீங்கள் தொடர்ந்து போதைப்பொருள் உட்கொண்டால், நீங்கள் நம்பகத்தன்மையற்றவர்களாக மாறுவதற்கான வாய்ப்புகள் உள்ளன, மேலும் நீங்கள் அடிக்கடி பள்ளிக்குச் செல்வதைத் தவிர்க்கலாம்.

எனவே, இளம் வயதிலேயே போதைப்பொருள் துஷ்பிரயோகம் கல்வி ஏற்றத்தாழ்வை அதிகரிக்கலாம், ஏனெனில் போதைப்பொருள் உட்கொள்ளும்

குழந்தைகள் பெரும்பாலும் பள்ளியை விட போதைப்பொருள் நுகர்வுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பார்கள் மற்றும் அவர்களின் கல்வி நிலைகள் அதனால் பாதிக்கப்பட வாய்ப்புள்ளது.

மோசமான நிறுவனம்

போதைப்பொருள் அல்லது பிற சட்டவிரோத விஷயங்களைச் செய்யும் குடும்ப உறுப்பினர்கள் அல்லது நண்பர்களுடன் நீங்கள் ஹேங்கவுட் செய்தால், இந்த நபர்களால் நீங்கள் பாதிக்கப்படுவதற்கான வாய்ப்புகள் உள்ளன, மேலும் அவர்கள் இறுதியில் உங்களை வாழ்க்கையில் இழுத்துச் செல்லலாம்.

நீங்கள் பொருட்களை உட்கொள்ளத் தொடங்கலாம் அல்லது பள்ளியைத் தவிர்க்கலாம், இது பிற்கால கட்டங்களில் கல்வியின் பற்றாக்குறையாக மொழிபெயர்க்கலாம்.

சோம்பல்

கல்வி சமத்துவமின்மைக்கு வரும்போது சோம்பலும் ஒரு காரணியாக இருக்கலாம்.

சிலருக்கு மற்றவர்களை விட தங்களைக் கற்றுக் கொள்ளவும், வளர்த்துக் கொள்ளவும் அதிக உந்துதல் இருக்கும்.

கற்றல் மற்றும் முன்னேற்றம் ஆகியவற்றில் திறமை இல்லாதவர்கள், பின்னர் பல்கலைக்கழகத்தில் சேருவதற்கு நல்ல தரங்களைப் பெறுவதற்கான உந்துதல் இல்லாததால், பள்ளியில் கடினமாக இருக்கலாம்.

கற்றுக்கொள்வதற்கான விருப்பம் மிகவும் குறைவாக இருந்தால், இது கடுமையான கல்வி பற்றாக்குறைக்கு வழிவகுக்கும்.

கலாச்சார காரணிகள்

சில கலாச்சாரங்களில், மக்கள் பெரும்பாலும் அடிப்படைக் கல்வியை மட்டுமே பெறுவது மிகவும் பொதுவானது.

இந்த கலாச்சாரங்கள் பெரும்பாலும் சில நம்பிக்கைகளை நம்பியிருக்கின்றன,

மேலும் தங்கள் குழந்தைகளை பல்கலைக்கழகம் அல்லது பிற கல்வி நிறுவனங்களுக்கு அனுப்பும் அளவுக்கு மேம்பட்ட கல்வியை மதிப்பதில்லை.

மதம்

கல்வியின் மட்டத்தில் மதமும் ஒரு பெரிய பாத்திரத்தை வகிக்க முடியும்.

மதக் குடும்பங்கள் பெரும்பாலும் மிகவும் பழமைவாதமாக வாழ்கின்றன, இது பெரும்பாலும் குழந்தைகளுக்கு சரியான கல்வியைப் பெறுவதை கடினமாக்குகிறது, ஏனெனில் பெற்றோரின் மத நம்பிக்கைகள் கல்வி இலக்குடன் பொருந்தாது.

இது பெண்களுக்கு குறிப்பாக உண்மையாக இருக்கலாம், ஏனெனில் அவர்கள் பெரும்பாலும் வீட்டிலேயே இருக்க வேண்டும் மற்றும் சரியான கல்வியைப் பெற்று ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்குப் பதிலாக சமைத்து வீட்டைச் செய்ய வேண்டும்.

மோதல்கள்

கல்வியின் பற்றாக்குறைக்கு மோதல்களும் ஒரு பெரிய காரணமாக இருக்கலாம். மோதல்கள் பொதுவான பகுதிகளில், மக்கள் தங்கள் குழந்தைகளை பள்ளிக்கு அனுப்புவதை விட தங்கள் உயிரின் பாதுகாப்பு முக்கியம் என்று நினைக்கிறார்கள்.

மேலும், மோதல்கள் காரணமாக, பலர் தங்கள் உயிரைக் காப்பாற்றுவதற்காக தங்கள் வீடுகளை விட்டு வெளியேறி வேறு நாடுகளுக்கு இடம்பெயர வேண்டியுள்ளது.

இதனால், இந்த பாதகமான சூழ்நிலைகளால் பாதிக்கப்படும் குழந்தைகள் மோதல்கள் காரணமாக சரியான கல்வியைப் பெற முடியாது.

இயற்கை பேரழிவுகள்

கல்வியறிவு இல்லாதபோது இயற்கை பேரழிவுகளும் ஒரு பங்கு வகிக்கலாம். சுனாமி

அல்லது பிற பேரழிவுகள் போன்ற இயற்கை பேரழிவுகளால் பிராந்தியங்கள்

பாதிக்கப்படும்போது,

இந்த பகுதிகளில் வாழும் மக்கள் பொது உள்கட்டமைப்பின் பெரும் அழிவால் பாதிக்கப்படுவார்கள். இந்த இயற்கை பேரழிவுகளால் அவர்கள் கடுமையான உடல்நலப் பிரச்சினைகளுக்கும் ஆளாகலாம்.

இந்த பயங்கரமான சூழ்நிலையில், பள்ளிகள் மற்றும் பிற கல்வி வசதிகள் அழிக்கப்பட்டிருக்கலாம் என்பதால், குழந்தைகளுக்கு சரியான கல்வி கிடைப்பது மிகவும் கடினமாக இருக்கும்.

போதிய சமூக உதவி இல்லை

பல நாடுகளில், சமூக உதவி மற்றும் நலன்களின் பற்றாக்குறை அல்லது போதுமானதாக இல்லை. மக்கள் வேலையில்லாமல் போனால், அவர்களுக்கு அரசாங்கத்திடமிருந்து எந்த நிதி மானியமும் கிடைக்காமல் போகலாம்.

போதிய கல்வி உள்கட்டமைப்பு இல்லை

சில பிராந்தியங்களில், ஒட்டுமொத்த கல்வி உள்கட்டமைப்பு மிகவும் மோசமாக உள்ளது. கிராமப்புறங்களுக்கு இது குறிப்பாக உண்மை. இப்பகுதிகளில் வசிக்கும் மக்கள் தங்கள் குழந்தைகளை அடுத்த பள்ளிக்கு அழைத்து வர வேண்டிய நிலை உள்ளது. ஆனால், பல ஏழைகளுக்கு கார் கூட இல்லை.

இது அவர்களின் குழந்தைகளுக்கு கல்வி பற்றாக்குறைக்கு வழிவகுக்கும், ஏனெனில் இந்த குழந்தைகள் நீண்ட தூரம் காரணமாக பள்ளிக்குச் செல்ல முடியாது.

ஆசிரியர் இடைவெளிகள்

சில பிராந்தியங்கள் ஆசிரியர் பற்றாக்குறையாலும் பாதிக்கப்படலாம்.

அந்த பிராந்தியங்களில், வகுப்புகள் பெரும்பாலும் பெரியதாக இருக்கும், மேலும் ஆசிரியர்கள் ஒவ்வொரு பள்ளிக் குழந்தைக்கும் தனித்தனியாக பதிலளிக்க முடியாது.

சில குழந்தைகள் மற்றவர்களை விட வேகமாகக் கற்றுக்கொள்வதால் இது கல்விச் சமத்துவமின்மைக்கு வழிவகுக்கும்.

மிகவும் மெதுவாகக் கற்கும் குழந்தைகள் பின்தங்கியிருக்கலாம் மற்றும் அவர்களின் ஒட்டுமொத்த கல்வி நிலை அதன் காரணமாக கணிசமாக பாதிக்கப்படலாம்.

ஆசிரியர்களின் குறைந்த தகுதி நிலைகள்

கல்வியின் பற்றாக்குறை தொடர்பான மற்றொரு பிரச்சினை ஆசிரியர்களின் போதிய தகுதியற்றதாக இருக்கலாம்.

ஆசிரியர்களுக்கு உயர்தரக் கல்வி இல்லை என்றால், பள்ளிப் பிள்ளைகள் பள்ளியை முடிக்கும்போது குறைந்த அளவிலான கல்வியைப் பெறுவதற்கான வாய்ப்புகள் உள்ளன, ஏனெனில் அவர்களின் ஆசிரியர்களால் அவர்களுக்கு உயர் மட்டத்தில் கற்பிக்க முடியவில்லை.

கற்றல் பொருட்கள் பற்றாக்குறை

குறிப்பாக ஏழை வளரும் நாடுகளில், குழந்தைகள் பெரும்பாலும் கற்றல் பொருட்கள் பற்றாக்குறையால் பாதிக்கப்படுகின்றனர். குழந்தைகளிடம் கற்கத் தகுந்த புத்தகங்களோ அல்லது பிற வசதிகளோ இல்லை என்றால், அவர்களின் கல்வித்தரம் பாதிக்கப்படும் வாய்ப்புகள் அதிகம்.

பாலின பாகுபாடு

பள்ளிக்குச் செல்ல விரும்பும் பெண்கள் மற்றும் சிறுமிகள் மீதான சகிப்புத்தன்மை கடந்த தசாப்தங்களாக அதிகரித்துள்ள போதிலும், இன்னும் பல நாடுகளில் பெண்கள் சரியான கல்வியைப் பெறுவதற்கும் சாதாரண வேலையில் வேலை செய்வதற்கும் பதிலாக வீட்டிலேயே தங்கி வீட்டு வேலைகளைச் செய்ய வேண்டும்.

இந்த பாலின பாகுபாடு பல பெண்களின் கல்வியின் பற்றாக்குறைக்கு வழிவகுக்கும், ஏனெனில் அவர்களின் குடும்பங்கள் அவர்கள் பள்ளிக்குச் செல்வதை விரும்பவில்லை.

குறைபாடுகள்

குறைபாடுகளால் பாதிக்கப்படும் குழந்தைகள், குறிப்பாக ஏழை நாடுகளில், பெற்றோர்கள் தங்கள் குழந்தைகளை பள்ளிக்கு அனுப்ப போதுமான பணம் இல்லாததால், போதுமான கல்வியை மட்டுமே பெற வாய்ப்புள்ளது.

இந்தப் பெற்றோர்கள் குடும்ப வருமானத்தைப் பாதுகாப்பதற்காகப் பள்ளியில் வெற்றிபெற சிறந்த வாய்ப்புகளைக் கொண்ட ஒரு குடும்ப உறுப்பினரைத் தேர்ந்தெடுப்பார்கள்.

இதனால், மாற்றுத்திறனாளி குழந்தைகள் பள்ளிக்கு செல்லாமல் வீட்டிலேயே இருப்பர்.

தகவலுக்கான அணுகல்

தகவல்களை அணுகும் உரிமை ஒரு ஜனநாயக சமூகத்தின் இன்றியமையாத அங்கமாகும் - குடிமக்கள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பிரதிநிதிகளை தாங்கள் எடுக்கும் முடிவுகள் மற்றும் பொதுப் பணத்தைச் செலவழிக்கும் வழிகளுக்குப் பொறுப்பேற்கச் செய்கிறது. வழிநடத்துவதன் மூலம் இது அடிப்படை உரிமையாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளதுமனித உரிமை அமைப்புகள்மற்றும்நீதிமன்றங்கள்.

தகவல்களை அணுகுவது ஏன் மிகவும் முக்கியமானது?

தகவலுக்கான அணுகல் உரிமையானது, பொது அமைப்புகளின் (வரையறுக்கப்பட்ட விதிவிலக்குகளுடன்) தகவல்களைப் பெற குடிமக்களுக்கு அதிகாரம் அளிக்கிறது. இது தகவல்களைக் கோருவதற்கும் பெறுவதற்குமான உரிமையையும், அரசாங்கங்கள் தகவல்களை முன்கூட்டியே வெளியிடுவதற்கான

கடமையையும் உள்ளடக்கியது.

தகவல்களுடன், சிவில் சமூக ஆர்வலர்களும் பொதுமக்களும் பொது விவாதங்களில் பங்கேற்கவும், பொது முடிவெடுப்பவர்களுடன் நேரடியாகவும் அறிவுபூர்வமாகவும் ஈடுபடவும், பொதுக் கொள்கை மற்றும் சட்டத்தின் வளர்ச்சியில் தங்களின் உரிமையான கருத்தைக் கூறவும் தயாராக உள்ளனர்.

ஊழலுக்கு எதிரான போராட்டத்தில், ஜனநாயகப் பொறுப்புணர்வையும் வெளிப்படைத்தன்மையையும் அதிகரிப்பதன் மூலமும், ஊழல் நடைமுறைகளை அடையாளம் கண்டு வெளிக்கொணர்வதன் மூலமும், ஊழலுக்கு எதிரான கொள்கை மற்றும் சட்டத்தின் வளர்ச்சியில் பங்கேற்பதை சாத்தியமாக்குவதன் மூலமும் தகவல்களை அணுகுவது இன்றியமையாத கருவியாகும். இன்றுவரை, 129 நாடுகள்தகவல் சட்டங்கள் (அல்லது தகவல் சுதந்திர சட்டங்கள்) மற்றும் அதற்கு மேல் அணுகல் வேண்டும் 50 அரசியலமைப்புகள் உலகளவில் இதை ஒரு உரிமையாக அங்கீகரிக்கிறது. பல நீதித்துறைகள் இதை உறுதிப்படுத்துகின்றன.

தகவல்களை அணுகும் உரிமையை மேம்படுத்த UNCAC எவ்வாறு உதவுகிறது?

ஊழலுக்கு எதிரான UN மாநாடு (UNCAC) தகவல் அணுகலை உறுதி செய்வதற்கும் வெளிப்படைத்தன்மையை உறுதி செய்வதற்கும் குறிப்பிட்ட வழிமுறைகள் இருக்க வேண்டும் என்று நிறுவுகிறது.

நிர்வாகத்தின் செயல்பாடுகள் மற்றும் அதன் ஊழலுக்கு எதிரான நடவடிக்கைகள் தொடர்பான குறிப்பிட்ட தகவல்களை பொது வெளிப்படுத்தல் மற்றும் பரப்புதல் தேவைப்படும் விதிகளும் உள்ளன.

குறிப்பிட்ட தகவலின் வெளிப்படைத்தன்மை

ஊழலுக்கு எதிரான போராட்டத்திற்கு உதவுவதற்கும், பயனுள்ள அரசாங்கப் பொறுப்புக்கூறலை உறுதி செய்வதற்கும் பொதுவில் கிடைக்க வேண்டிய பல வகையான தகவல்களை UNCAC அடையாளம் காட்டுகிறது. வெளிப்படைத்தன்மை

தேவைகளை உள்ளடக்கியது:

- பொது அதிகாரிகளின் வேலைவாய்ப்பு (பிரிவு 7 (1)): அரசு ஊழியர்களின் ஆட்சேர்ப்பு, பணியமர்த்தல், தக்கவைத்தல், பதவி உயர்வு மற்றும் ஓய்வு பெறுதல் மற்றும் பொருத்தமான பட்சத்தில், தேர்ந்தெடுக்கப்படாத பிற பொது அதிகாரிகளின் வெளிப்படைத்தன்மை.
- தேர்தல் பிரச்சார நிதி / அரசியல் கட்சிகள் (பிரிவு 7(3)): மாநிலக் கட்சிகள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பொது அலுவலகத்திற்கான வேட்புமனுக்களுக்கு நிதியளிப்பதில் வெளிப்படைத் தன்மையை அதிகரிக்க வேண்டும் மற்றும் பொருந்தும் இடங்களில், அரசியல் கட்சிகளின் நிதியுதவி.
- பொதுத்துறை அமைப்புகள் (பிரிவு 7 (4)): வெளிப்படைத்தன்மையை ஊக்குவிக்கும் மற்றும் வட்டி மோதல்களைத் தடுக்கும் அமைப்புகளை ஏற்றுக்கொள்ளவும், பராமரிக்கவும் மற்றும் வலுப்படுத்தவும் மாநிலக் கட்சிகள் முயற்சி செய்ய வேண்டும்.
- பொது கொள்முதல் (பிரிவு 9 (1)): பொது கொள்முதல் முறைகள் வெளிப்படைத்தன்மையின் அடிப்படையில் இருப்பதை உறுதி செய்ய மாநிலக் கட்சிகள் கடமைப்பட்டுள்ளன.
- பொதுத்துறை நிதிகள் (கட்டுரை 9 (2)): பொது நிதி நிர்வாகத்தில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புணர்வை ஊக்குவிக்க மாநிலக் கட்சிகள் தேவை.
- பொது நிர்வாகம் (பிரிவு 10): மாநிலக் கட்சிகள் அதன் அமைப்பு, செயல்பாடு மற்றும் முடிவெடுக்கும் செயல்முறைகள் தொடர்பாக பொது நிர்வாகத்தில் வெளிப்படைத்தன்மையை அதிகரிக்க வேண்டும்.
- தனியார் துறை வெளிப்படைத்தன்மை (பிரிவு 12 (2c)): ஊழலுக்கு எதிரான
- நடவடிக்கைகள் திறம்பட செயல்பட தனியார் துறையில் வெளிப்படைத்தன்மை

தேவை என்பதை UNCAC குறிப்பிடுகிறது.

குறிப்பாக, கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களை நிறுவுதல் மற்றும் நிர்வகிப்பதில் ஈடுபட்டுள்ள சட்டப்பூர்வ மற்றும் இயற்கை நபர்களின் அடையாளம் தொடர்பான நடவடிக்கைகள் உட்பட, பொருத்தமான இடங்களில், தனியார் நிறுவனங்களிடையே வெளிப்படைத்தன்மையை ஊக்குவிக்க மாநிலக் கட்சிகள் தேவை.

- அரசாங்கத்தில் முடிவெடுக்கும் செயல்முறை (பிரிவு 13 (1a)): முடிவெடுக்கும் செயல்முறைகளில் பொதுமக்களின் பங்களிப்பின் வெளிப்படைத்தன்மையை மேம்படுத்தவும் ஊக்குவிக்கவும் மாநிலங்கள் தேவை.

தகவலுக்கான அணுகல் முக்கியமானது:

- வலுவான சட்டங்களுக்கு அழுத்தம் கொடுங்கள்: தகவல் அணுகும் உரிமையை உள்ளடக்கிய சட்டக் கட்டமைப்பை மாநிலங்களை ஏற்றுக்கொள்வதில் முன்னிலைப்படுத்துவதிலும் தள்ளுவதிலும் UNCAC முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. தகவல் சட்டத்திற்கான வலுவான அணுகல் குடிமக்களுக்கு தகவல்களைக் கோருவதற்கான உரிமையை வழங்கவும், ஊழல் சந்தேகங்கள் இருக்கும்போது வெளிச்சம் போடவும் உதவும்.
- செயலில் வெளிப்படைத்தன்மையை ஊக்குவிக்கவும்: மேலே விவரிக்கப்பட்ட பல வகையான தகவல்கள் பொதுமக்களுக்கு கிடைக்காது. UNCAC ஆனது பொதுமக்களுக்கு தானாகவே கிடைக்கக்கூடிய மற்றும் முன்சூட்டியே வெளியிடப்படும் தகவலின் அளவு குறிப்பிடத்தக்க அளவில் அதிகரிக்க ஊக்குவிக்கிறது.
- செயல்படுத்துவதை கண்காணிக்கவும்: திமாநிலக் கட்சிகளின் அதிகாரப்பூர்வ அறிக்கைகள்மற்றும் இந்தஇணையான ஆய்வு அறிக்கைகள்சிவில் சமூகத்தின் மூலம் UNCAC ஐ எந்த மாநிலக் கட்சிகள் முழுமையாகச்

செயல்படுத்தவில்லை, அல்லது வெளிப்படைத்தன்மை நடவடிக்கைகள் உட்பட எங்கு மேம்பாடுகளைச் செய்ய முடியும் என்பதைக் கண்டறிய உதவுகிறது.

தேசிய அளவில் தகவல்களை அணுகும் உரிமையில் முன்னேற்றம்
தேசிய அளவில், சிவில் சமூகம் தகவல் அணுகலை ஊக்குவிக்க UNCAC ஐப் பயன்படுத்தலாம்

மூலம்:

- UNCAC ஐ நெம்புகோலாகப் பயன்படுத்துதல்: வெளிப்படைத்தன்மைக்கான தேசிய சட்டக் கட்டமைப்பை மேம்படுத்துவதற்கு உயர்ந்த சர்வதேச தரங்களைச் சந்திக்கும் தகவல் சட்டங்களை அணுகுவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் தேசிய அரசாங்கங்களை ஊக்குவித்தல்.
- தற்போதைய சுழற்சியில் வக்காலத்து வாங்குவதற்கு UNCAC மறுஆய்வு செயல்முறையைப் பயன்படுத்துதல்: முழு UNCAC நாடு செயல்படுத்தும் அறிக்கைகள் அல்லது ஆலோசனை செயல்முறைக்கான அணுகலைப் பெற, கிடைக்கக்கூடிய சட்டத்தைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் நடைமுறையில் அதிக வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் தகவல்களை அணுகுவதற்கான அவசியத்தை எடுத்துக்காட்டுகிறது.

தகவல் சட்டத்திற்கான அணுகலின் மோசமான தரம் அல்லது செயல்படுத்தலை முன்னிலைப்படுத்தவும் நிறுவனங்கள் பிரச்சாரம் செய்யலாம், மேலும் UNCAC இன் அனுசரணையில் சட்ட மற்றும் நடைமுறை மேம்பாடுகளை கோருகிறது.

- இரண்டாவது மறுஆய்வு சுழற்சியில் வக்காலத்து வாங்குவதற்கு UNCAC மறுஆய்வு செயல்முறையைப் பயன்படுத்துதல்: இந்த சுழற்சி அனைத்து (குட்பு நடவடிக்கைகள்) வெளிப்படைத்தன்மை விதிகளையும் உள்ளடக்கும்.

- **தகவல் பகிர்வு:**

UNCAC கூட்டமைப்பு என்பது சிவில் சமூகம் மற்ற நிறுவனங்களுடன் தகவல் மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மைக்கான அணுகல் பற்றிய கதைகள் மற்றும் அனுபவங்களைப் பகிர்ந்து கொள்வதற்கான ஒரு வலையமைப்பாகும். இது உலகெங்கிலும் உள்ள ஒளிபுகா அமைப்புகளைச் சமாளிக்க தேசிய, பிராந்திய மற்றும் சர்வதேச மட்டங்களில் ஒத்துழைப்பையும் ஆதரவையும் ஊக்குவிக்கும்.

- **உலகளாவிய நெட்வொர்க்குகளுடன் ஈடுபடுதல்:**

UNCAC கூட்டமைப்பு உறுப்பினர்கள் தகவல் அணுகும் உரிமையை மேம்படுத்தும் பணியில் ஈடுபடுபவர்கள் தங்கள் பிரச்சாரங்களை மற்ற வெளிப்படைத்தன்மை ஆர்வலர்களுடன் இணைப்பதன் மூலம் பயனடையலாம்.

லத்தீன் அமெரிக்காவில் தகவல் பெறுவதற்கான பிராந்திய உரிமை வலையமைப்புகள் உள்ளன (அலியான்சா பிராந்தியமானது) மற்றும் ஆப்பிரிக்கா (AFIC), அத்துடன் உலகளாவியதகவல் சுதந்திரம் வழக்கறிஞர்கள் நெட்வொர்க், இது பயனுள்ள ஆதாரங்களையும் ஆதரவையும் வழங்க முடியும்.

தகவல்களை திறம்பட அணுகுவதற்கு என்ன தடைகள் உள்ளன?

தகவலுக்கான அணுகல் உரிமையை திறம்பட மற்றும் வெற்றிகரமாக செயல்படுத்துவதற்கான சில முக்கிய தடைகள்:

- **சட்ட கட்டமைப்பின் மோசமான தரம்:**

ஒரு பலவீனமான அல்லது கட்டுப்பாடான சட்டக் கட்டமைப்பானது தகவல்களை திறம்பட அணுகுவதற்கான முக்கிய தடைகளில் ஒன்றாகும். பலவீனமான சட்டத்தின் நோக்கம் பல வகையான தகவல்களை விலக்கலாம் மற்றும்/அல்லது பொது செயல்பாடுகளைச் செய்யும் அல்லது பொதுப்

பணத்தைப் பெறும் அரசு அல்லது தனியார் அமைப்புகளின் சில கிளைகளை விலக்கலாம். ஊழலைக் கண்டறிய அல்லது தடுக்க முயற்சிக்கும்போது இது ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலாக இருக்கலாம்.

- **தகவலுக்கான அணுகலுடன் முரண்படும் பிற சட்டங்கள்:**

இரகசியத்தை அதிகரிக்கும் (எ.கா., வர்த்தக ஒப்பந்தங்கள்) அல்லது தனிப்பட்ட தரவு போன்ற பிற பகுதிகளைப் பாதுகாக்கும் பிற சட்டங்கள், விதிமுறைகள் அல்லது இருதரப்பு ஒப்பந்தங்கள், பொது அமைப்புகளின் தகவல்களை அணுகுவதற்கு தடையாக இருக்கலாம்.

- **குடிமக்கள் விழிப்புணர்வு இல்லாமை:**

தகவல் சட்டத்திற்கான பயனுள்ள அணுகல் ஊழலைத் தடுக்கவும், பொதுச் சேவைகள் மற்றும் பொறுப்புணர்வை மேம்படுத்தவும் குடிமக்களும் சிவில் சமூகமும் அறிந்திருந்தால் மட்டுமே உதவும். தகவல்களை அணுகும் உரிமையின் போதிய ஊக்குவிப்பு, இது குடிமக்களை சென்றடையாது மற்றும் இந்த உரிமையைப் பயன்படுத்த அவர்களை ஊக்குவிக்கிறது, வெளிப்படைத்தன்மைக்கு குறிப்பிடத்தக்க தடையாக இருக்கலாம்.

- **இரகசியத்தின் நிர்வாக கலாச்சாரங்கள்:**

குடிமக்கள் விழிப்புணர்வு இல்லாமையுடன், பொது நிர்வாகத்தில் உள்ள இரகசிய கலாச்சாரம் தகவல் கோரிக்கைகளை அணுகுவதற்கான குறைந்த பதில் விகிதங்களை விளைவிக்கலாம்.

UNCAC மன்றங்களில் தகவல்களை அணுகுவதற்கான உரிமையை மேம்படுத்துதல்

UNCAC மன்றங்கள், போன்றவைமாநில கட்சிகளின் மாநாடு, மற்றும் இந்தவேலை தடுப்பு பற்றிய குழுதகவலுக்கான அணுகல் பிரச்சினையில் முன்மொழிவுகளை பரிசீலித்து ஏற்றுக்கொள்ளலாம். தகவல் சட்டங்கள் திறம்பட செயல்படும் இடங்களில், ஊழலுக்கு எதிரான போராட்டத்தை மேலும்

மேம்படுத்துதல் மற்றும் பொதுச் சேவைகளை மேம்படுத்துதல் உள்ளிட்ட நேர்மறையான மற்றும் பரந்த அளவிலான பலன்களைப் பெறலாம்:

- இந்தியாவில்தகவல் அணுகல் வழக்குகளை மட்டுப்படுத்திய ஊழல் நடைமுறைகளை வெளிப்படுத்தியுள்ளது உணவு உரிமைசமூகத்தின் மிகவும் பாதிக்கப்படக்கூடிய பிரிவுகளுக்கு நோக்கம்; மற்ற வழக்குகள் பணம் செலுத்தியதை வெளிப்படுத்தியுள்ளன ஆவணங்களை வழங்க லஞ்சம்பாஸ்போர்ட் மற்றும் பிறப்புச் சான்றிதழ்கள் போன்றவை.
- கனடாவில்தகவல் அணுகல் வெற்றிகரமாக உள்ளதுஇல் மேம்படுத்தப்பட்ட நடைமுறைகள் போராட்டங்களின் காவல்.
- அயர்லாந்தில்தகவலுக்கான அணுகல் உள்ளதுமுதியோருக்கான மேம்பட்ட சேவைகள்.
- தாய்லாந்தில்தகவல் பெறுவதற்கான அணுகல் கல்வியில் சமத்துவத்தை மேம்படுத்தியுள்ளது - ஏழை மக்களுக்கு உதவுகிறதுகுதியின் அடிப்படையில் கல்வியை அணுகலாம் .

கடந்த கால நிகழ்வுகள் மற்றும் முயற்சிகள்

மாநிலக் கட்சிகளின் UNCAC மாநாடுதீர்மானம் 5/42013 இல் பனாமாவில் நடந்த மாநிலக் கட்சிகளின் 5 வது மாநாட்டில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட ஊழலைத் தடுப்பதற்கான மராகேக் பிரகடனத்தின் பின்தொடர்தல்:

- ஒருமைப்பாடு, வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புக்கூறல் ஆகியவற்றின் கலாச்சாரத்தின் தேவையை மீண்டும் உறுதிப்படுத்துகிறது (பத்தி 2)
- பொதுச் சேவையில் வெளிப்படையான கொள்கைகளை ஏற்க வலியுறுத்துகிறது (பத்தி 17)
- பொது கொள்முதலில் வெளிப்படைத்தன்மை, போட்டி போன்றவற்றை ஊக்குவிக்க பயனுள்ள செயல்முறைகளுக்கான அழைப்புகள் (பத்தி 22)
- பொது நிர்வாகத்தில் வெளிப்படைத்தன்மையை மேம்படுத்துவதற்கான

நடவடிக்கைகளைத் தொடர்ந்து எடுக்குமாறு மாநிலக் கட்சிகளை (UNCAC இன் கட்டுரைகள் 10 மற்றும் 13 க்கு இணங்க) வலியுறுத்துகிறது. பொது மக்களுக்கு தகவல் அணுகலை எளிதாக்கும் பயனுள்ள நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்துவது உட்பட (பத்தி 23)

- ஆர்வமுள்ள நன்கொடையாளர்களுடன், பொருத்தமான இடங்களில், ஒத்துழைப்புடன், இந்தப் பகுதியில் நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்த அல்லது மேம்படுத்த விரும்பும் மாநிலக் கட்சிகளின் கோரிக்கையின் பேரில் செயலகம் தொழில்நுட்ப உதவியை வழங்குமாறு கோருகிறது (பத்தி 23)

UNCAC கூட்டணி அத்தகைய மொழிக்காக வாதிட்டது அறிக்கைகள், எழுத்துக்கள், சுருக்கமான குறிப்புகள் மற்றும் கொள்கை விவாதங்கள். மாநிலக் கட்சிகளின் 5 வது மாநாட்டிற்கு முன்னதாக, கூட்டணி பின்வருவனவற்றைக் கொண்டிருந்தது என்று கேட்கிறார்தகவல் அணுகல்:

- சர்வதேச தரங்களுக்கு ஏற்ப தகவல்களை அணுகுவதற்கான உரிமையைப் பாதுகாக்கும் மற்றும் அவை நடைமுறையில் சரியாக செயல்படுத்தப்படுவதை உறுதிசெய்யும் தகவல் சட்டத்திற்கான விரிவான அணுகலை நாடுகள் ஏற்றுக்கொண்டு செயல்படுத்த வேண்டும்.
- UNODC ஆனது, நாடுகளுக்கான அதன் மதிப்பீட்டு வினாத்தாளில் தகவலை அணுகுவதற்கான குறிப்பிட்ட கேள்விகளை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும், மேலும் தடுப்புக்கான பணிக்குழு அதன் பணித் திட்டத்தில் "பொது மக்களுக்கு பயனுள்ள தகவல் அணுகலை உறுதிசெய்வது" என்ற சிக்கலை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும்.

தடுப்புக்கான UNCAC செயற்குழுவின் கூட்டங்கள் தகவல் அணுகல் பிரச்சினையில் வாதிடுவதற்கான வாய்ப்புகளையும் வழங்குகிறது.

பிராண்ட் விழிப்புணர்வு

பிராண்ட் விழிப்புணர்வு என்பது உங்கள் பிராண்டை மக்கள் எவ்வளவு நன்றாக அங்கீகரிக்கிறார்கள் என்பதற்கான அளவீடு ஆகும், இதில் உங்கள் பிராண்ட் உள்ளது என்பதை அவர்கள் எவ்வளவு "அறிந்து" இருக்கிறார்கள். ஒரு எளிய தனிப்பட்ட மெட்ரிக் என்பதற்குப் பதிலாக, பிராண்ட் விழிப்புணர்வு என்பது பல்வேறு கேபிஐகளில், ட்ராஃபிக் முதல் சமூகப் பங்கு வரையிலான ஒரு கருத்தாகும்.

பிராண்ட் விழிப்புணர்வை எவ்வாறு அளவிடுவது

பிராண்ட் விழிப்புணர்வு என்பது ஒரு மெட்ரிக் அல்ல. ஆனால் அதை அளவிட நீங்கள் பயன்படுத்தக்கூடிய பல புள்ளிவிவரங்கள் உள்ளன. சில முக்கியமான பிராண்ட் விழிப்புணர்வு அளவீடுகள் மற்றும் எப்படி கண்காணிப்பது என்பது இங்கே அவர்களுக்கு.

ஒவ்வொரு சமூக தளங்களும் அதன் சொந்த பகுப்பாய்வுக் கருவிகளை வழங்கும்போது, அவை உங்கள் முடிவுகளை ஒரு நேரத்தில் ஒரு கணக்கின் ஒரு படமாகத் தருகின்றன. உங்கள் பிராண்ட் விழிப்புணர்வு வெற்றியின் ஒட்டுமொத்த பார்வைக்கு, எல்லா தளங்களையும் ஒன்றாகப் பார்ப்பது முக்கியம்.

ஒரு பகுப்பாய்வு டாஷ்போர்டு போன்றது Hootsuite பகுப்பாய்வுகாலப்போக்கில் பிராண்ட் விழிப்புணர்வில் ஏற்படும் மாற்றங்களைக் காண உதவும் தனிப்பயன் வரைகலை அறிக்கைகளை உருவாக்கும் திறனுடன் ஒரே இடத்தில் உங்கள் எல்லா சமூகக் கணக்குகளிலிருந்தும் தரவைக் கண்காணிப்பதன் மூலம் பிராண்ட் விழிப்புணர்வு அளவீடுகளை அளவிடுவதை எளிதாக்குகிறது.

அடைய

உங்கள் சமூக உள்ளடக்கத்தைப் பார்க்கும் நபர்களின் எண்ணிக்கையை ரீச் குறிக்கிறது. அதிகமான மக்கள் உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்க்கும்போது, உங்களை ஒரு பிராண்டாக வேறுபடுத்துவது என்ன என்பதை அதிகமானவர்கள் அடையாளம்

காணத் தொடங்குவார்கள். (இதனால்தான் ஒரு நிலையான பிராண்ட் குரல் மற்றும் அழகியல் இருப்பது மிகவும் முக்கியமானது.

பிராண்ட் விழிப்புணர்வின் அளவீடாக உங்கள் வரவைக் கண்காணிக்கும் போது, பின்தொடர்பவர்கள் மற்றும் பின்பற்றாதவர்களின் எண்ணிக்கையில் சிறப்பு கவனம் செலுத்துங்கள்.

உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்க்கும் பின்தொடர்பவர்கள் அல்லாதவர்கள் உங்கள் பிராண்டிற்கு முதன்முறையாக வெளிப்படும், இது புதிய விழிப்புணர்வை உருவாக்குகிறது. அவர்கள் உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்க்கிறார்கள், ஏனெனில் இது அவர்களின் சமூகத் தொடர்புகள் மூலமாகவோ அல்லது சமூக அல்காரிதம் மூலமாகவோ அவர்களுக்குப் பரிந்துரைக்கப்பட்டது.

பதிவுகள்

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, அணுகல் உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்த்தவர்களின் எண்ணிக்கையை அளவிடுகிறது (அல்லது, குறிப்பாக, உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்த்த கணக்குகளின் எண்ணிக்கை). மாறாக, உங்கள் உள்ளடக்கத்தை மக்கள் எத்தனை முறை பார்த்தார்கள் என்பதை இம்ப்ரெஷன்கள் அளவிடுகின்றன.

உங்கள் இம்ப்ரெஷன்களின் எண்ணிக்கை உங்கள் வரம்பை விட அதிகமாக இருந்தால், மக்கள் உங்கள் உள்ளடக்கத்தை பலமுறை பார்க்கிறார்கள். இது பிராண்ட் விழிப்புணர்வுக்கான சிறந்த சமிக்ஞையாக இருக்கலாம். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, ஒருவர் ஒரு உள்ளடக்கத்தின் ஒரு பகுதியை எத்தனை முறை பார்க்கிறார்களோ, அந்த அளவு அதன் பின்னால் உள்ள பிராண்டை அவர்கள் நினைவில் வைத்திருப்பார்கள்.

பார்வையாளர்களின் வளர்ச்சி விகிதம்

பார்வையாளர்களின் வளர்ச்சி விகிதம் உங்கள் பார்வையாளர்கள் எவ்வளவு விரைவாக வளர்ந்து வருகிறார்கள் என்பதை அளவிடும். இது பிராண்ட்

விழிப்புணர்வின் சிறந்த சிக்னல்களை வழங்குகிறது, ஏனெனில் உங்களை இன்னும் பின்தொடராதவர்களை விட பின்தொடர்பவர்கள் நிச்சயமாக உங்கள் பிராண்டைப் பற்றி தெரிந்துகொள்ளவும் அங்கீகரிக்கவும் வாய்ப்புள்ளது.

பார்வையாளர்களின் வளர்ச்சி விகிதத்தைக் கணக்கிட, ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் உங்கள் புதிய பின்தொடர்பவர்களின் எண்ணிக்கையை எடுத்து, ஏற்கனவே உள்ள உங்களைப் பின்தொடர்பவர்களால் வகுக்கவும். பின்னர், உங்கள் பார்வையாளர்களின் வளர்ச்சி விகிதத்தை சதவீதமாகப் பெற, 100 ஆல் பெருக்கவும்.

குரலின் சமூகப் பங்கு

உங்கள் போட்டியாளர்களுடன் ஒப்பிடுகையில், உங்கள் பிராண்டின் விழிப்புணர்வை அளவிடுவதற்கு குரல் சமூகப் பகிர்வு ஒரு சிறந்த வழியாகும். உங்கள் தொழில்துறையில் சமூக உரையாடல் உங்கள் பிராண்டிற்கு எவ்வளவு அர்ப்பணிக்கப்பட்டுள்ளது என்பதை இது குறிக்கிறது.

குரலின் சமூகப் பங்கைக் கணக்கிட:

1. உங்கள் பிராண்டின் அனைத்து குறிப்புகளையும் கணக்கிடுங்கள் சமூக வலைப்பின்னல்கள் முழுவதும் - குறியிடப்பட்ட மற்றும் குறியிடப்படாத. (ஏHootsuite போன்ற சமூக கேட்கும் கருவிஇங்கே மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கிறது.)
2. உங்கள் முக்கிய போட்டியாளர்களுக்கும் இதைச் செய்யுங்கள்.
3. உங்கள் தொழில்துறைக்கான மொத்தக் குறிப்புகளைப் பெற, இரண்டு குறிப்புகளையும் ஒன்றாகச் சேர்க்கவும்.
4. உங்கள் குறிப்புகளை மொத்தமாக வகுக்கவும்.
5. ஒரு சதவீதத்தைப் பெற 100 ஆல் பெருக்கவும்.

நேரடி போக்குவரத்து

நேரடி ட்ராஃபிக் என்பது உங்கள் இணையதள முகவரியை நேரடியாகத் தட்டச்சு செய்வதன் மூலம் உங்கள் இணையதளத்தில் எத்தனை பேர் இறங்குகிறார்கள் என்பதற்கான அறிகுறியாகும். (தேடுபொறி, சமூக சேனல் மற்றும் பலவற்றின் மூலம் உங்களைக் கண்டுபிடிப்பதற்கு மாறாக.)

உங்கள் URL யாருக்காவது தெரிந்தால், அவர்கள் உங்கள் பிராண்டைப் பற்றி தெளிவாக அறிந்திருப்பார்கள்.

போன்ற இணைய பகுப்பாய்வுக் கருவியைப் பயன்படுத்துதல் Google Analytics, உங்கள் இணையதளத்தை ஆன்லைனில் மக்கள் எவ்வாறு கண்டுபிடிப்பார்கள் என்பதை நீங்கள் பார்க்கலாம். எத்தனை பேர் உங்கள் URL ஐ நேரடியாகத் தங்கள் உலாவிகளில் தட்டச்சு செய்கிறார்கள் என்பதைப் பார்க்க நேரடி ட்ராஃபிக் தகவலைப் பார்க்கவும்.

சமூக ஊடகங்களில் பிராண்ட் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களின் எடுத்துக்காட்டுகள்

1. பால்வேனி

Balvenie Whisky பிராண்ட் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரம் Questlove உடன் இணைந்து YouTube இணையத் தொடரைக் கொண்டிருந்தது. பிராண்டிற்கான விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் அதே வேளையில், பிரபல படைப்பாளிகள் மற்றும் சிந்தனையாளர்களுடன் அர்த்தமுள்ள நேர்காணல்கள் இந்தத் தொடரில் இடம்பெற்றன.

மார்க்கெட்டிங் பிரச்சாரம் புதிய YouTube சந்தாதாரர்களைக் கொண்டுவந்தது மற்றும் தொடர்புடைய வரையறைகளுக்கு மேலாக முக்கிய பிராண்ட் விழிப்புணர்வு பண்புகளை உயர்த்தியது.

2. நிர்வாண சாறு

நேக்கட் ஜூஸ் தனது பிராண்ட் விழிப்புணர்வு பிரச்சாரத்திற்காக பேஸ்புக்

மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் வீடியோ மற்றும் புகைப்பட சேகரிப்பு வடிவ விளம்பரங்களைப் பயன்படுத்தியது. ஊட்டம் மற்றும் கதைகள் இரண்டிலும் தோன்றிய விளம்பரங்கள், ஒலியுடன் அல்லது ஒலி இல்லாமல் பிராண்ட் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த வலுவான படங்கள் மற்றும் பெரிய உரை மேலடுக்கு ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்தின.

3. சாவேஜ் எக்ஸ் .பென்டி

Savage X Fenty Facebook மற்றும் Instagram இல் புதிய பார்வையாளர்களை அடைய பிராண்ட் விழிப்புணர்வு மற்றும் நோக்கங்களைப் பயன்படுத்தினார். விழிப்புணர்வு விளம்பரங்கள், விற்பனை அல்லது சலுகைகளை இரண்டாம் நிலை மையமாகக் கொண்டு, பிராண்டின் வலுவான உணர்வை உருவாக்குவதில் குறிப்பாக கவனம் செலுத்துகின்றன. பிரான்சில் உள்ள அனைத்து பெண்களையும் குறிவைத்து, Savage X Fenty பாதி விளம்பரங்களை தாங்களே உருவாக்கி, மற்றவற்றை உருவாக்க Instagram செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களின் குழுவுடன் கூட்டு சேர்ந்தார்.

நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள்

நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் பற்றிய அறிமுகம்

நுகர்வோர்பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்குபவர்கள் அல்லது பெறுபவர்கள். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அவர்கள் பயன்படுத்தும் நேரம் வரை பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்கும் செயல்பாட்டில்; ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில் அவர்களுக்கு சில உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் உள்ளன, அவை அவர் அல்லது அவள் எப்போதும் அறிந்திருக்கவில்லை. அறிவின்மை மற்றும் அறியாமை காரணமாக இது நடக்கலாம். உணவு, உடை, தங்குமிடம் போன்ற அடிப்படைத் தேவைகளைத் தவிர, செல்போன்கள், டிஜிட்டல் கேமராக்கள், சோப்புகள், வாசனைத் திரவியங்கள், அழகுசாதனப் பொருட்கள் என பலதரப்பட்ட பொருட்களை அன்றாட வாழ்வில் பயன்படுத்துகிறோம். இதனால், நாம் அனைவரும் நேரடி அர்த்தத்தில்

நுகர்வோர்கள். நாம் வாங்கும் போது வார்த்தை.

சந்தையில் இருந்து பொருட்களை நுகர்வோர் என்ற முறையில், பணத்திற்கான மதிப்பை எதிர்பார்க்கிறோம், அதாவது தரம், அளவு, சரியான விலை, எப்படி பயன்படுத்துவது என்பது பற்றிய தகவல்கள் போன்றவை. இருப்பினும், நுகர்வோர் ஏமாற்றப்பட்டதற்கான உதாரணங்கள் இருக்கலாம்.

இதுபோன்ற சமயங்களில், தீர்வுக்காக யாரைத் தொடர்புகொள்வது என்பது நம்மில் பலருக்குத் தெரியாது. கூடுதலாக, நம்மில் பெரும்பாலோர் ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில் நமது "உரிமைகள்" பற்றி அறிந்திருக்கவில்லை, மேலும் அதைச் செய்யத் தயங்குகிறோம்.

முறையற்ற நடத்தைக்கு புகார் அல்லது எதிர்ப்பு கூட. நியாயம் கோருவதற்கு எங்களிடம் விலையுயர்ந்த ஆதரவு வழக்குகள் கூட இல்லை, இதுபோன்ற அநீதிகளை நாங்கள் தொடர்ந்து பொறுத்துக்கொள்கிறோம்.

நுகர்வோரின் உரிமைகள் என்ன?

ஒரு நாட்டின் குடிமக்களுக்கு அதிகபட்ச பாதுகாப்பை உறுதி செய்வதற்காக ஒவ்வொரு நாடும் அதன் சொந்த நுகர்வோர் உரிமைகளை அதன் மக்களுக்கு பரிந்துரைக்கிறது. நுகர்வோர் விழிப்புணர்வின் பொருள் நுகர்வோர் உரிமைகளின் பொருளை அறிவது வரை நீண்டுள்ளது.

இந்திய அரசாங்கத்தால் இந்திய மக்களுக்காக பட்டியலிடப்பட்டுள்ள ஆறு முக்கியமான நுகர்வோர் உரிமைகள் உள்ளன;

நுகர்வோரின் உரிமைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தில் பிரிவு 6, 1986. நுகர்வோரின் உரிமைகள் பின்வருமாறு :-

1. **பாதுகாப்பு உரிமை:**-உயிருக்கும் உடைமைக்கும் ஆபத்தான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் சந்தைப்படுத்துதலில் இருந்து பாதுகாக்கப்படுவதற்கான உரிமையை இது குறிக்கிறது. வாங்கிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின்

பலன்கள் அவர்களின் உடனடித் தேவைகளை மட்டுமல்ல, நீண்ட கால நலன்களையும் பூர்த்தி செய்ய வேண்டும். வாங்குவதற்கு முன், நுகர்வோர் தயாரிப்புகளின் தரம் மற்றும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் உத்தரவாதத்தை வலியுறுத்த வேண்டும். ISI, AGMARK போன்ற தரமான குறியிடப்பட்ட தயாரிப்புகளை வாங்குவது சிறந்தது.

2. **தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை:-**போட்டி விலையில் பல்வேறு வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அணுகுவதற்கான உரிமையை இது குறிக்கிறது. ஏகபோகத்தைப் பொறுத்தவரை, நியாயமான விலையில் திருப்திகரமான தரம் மற்றும் சேவையை உறுதி செய்வதற்கான உரிமையைக் குறிக்கிறது. அடிப்படை பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான உரிமையும் இதில் அடங்கும். ஏனென்றால், சிறுபான்மையினருக்குத் தேர்ந்தெடுக்கும் கட்டுப்பாடற்ற உரிமை என்பது அதன் நியாயமான பங்கை மறுப்பது என்று பொருள்படும்

பெரும்பான்மை. பல்வேறு வகையான பொருட்கள் போட்டி விலையில் கிடைக்கும் போட்டிச் சந்தையில் இந்த உரிமையை சிறப்பாகப் பயன்படுத்த முடியும்.

3. **தகவல் அறியும் உரிமை:-**நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்காக, பொருட்களின் தரம், அளவு, ஆற்றல், தூய்மை, தரம் மற்றும் விலை ஆகியவற்றைப் பற்றி தெரிவிக்கும் உரிமையைக் குறிக்கிறது. நுகர்வோர் தேர்வு அல்லது முடிவை எடுப்பதற்கு முன் தயாரிப்பு அல்லது சேவை பற்றிய அனைத்து தகவல்களையும் பெற வலியுறுத்த வேண்டும். இது புத்திசாலித்தனமாகவும் பொறுப்புடனும் செயல்பட அவருக்கு உதவும், மேலும் அதிக அழுத்த விற்பனை நுட்பங்களுக்கு அவர் இரையாவதைத் தடுக்கும்.

4. நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை:-வாழ்நாள் முழுவதும் ஒரு தகவலறிந்த நுகர்வோராக இருக்க அறிவு மற்றும் திறன்களைப் பெறுவதற்கான உரிமையைக் குறிக்கிறது. நுகர்வோர், குறிப்பாக கிராமப்புற நுகர்வோரின் அறியாமையே அவர்களின் சுரண்டலுக்கு முக்கிய காரணமாகும். அவர்கள் தங்கள் உரிமைகளை அறிந்து அவற்றைப் பயன்படுத்த வேண்டும். அப்போதுதான் உண்மையான நுகர்வோர் பாதுகாப்பை வெற்றியுடன் அடைய முடியும்.
5. கேட்கும் உரிமை:-இதன் பொருள் நுகர்வோரின் நலன்கள் பொருத்தமான மன்றங்களில் உரிய முறையில் பரிசீலிக்கப்படும். நுகர்வோர் நலன் கருதி அமைக்கப்பட்ட பல்வேறு மன்றங்களில் பிரதிநிதித்துவம் பெறும் உரிமையும் இதில் அடங்கும். நுகர்வோர் தொடர்பான விஷயங்களில் அரசு மற்றும் பிற அமைப்புகளால் அமைக்கப்பட்ட பல்வேறு குழுக்களில் பிரதிநிதித்துவம் அளிக்கக்கூடிய அரசியல் மற்றும் வணிக சாராத நுகர்வோர் அமைப்புகளை நுகர்வோர் உருவாக்க வேண்டும்.
6. பரிகாரம் தேடும் உரிமை:-இது நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் அல்லது நுகர்வோரை நேர்மையற்ற சுரண்டலுக்கு எதிராக சரிசெய்வதற்கான உரிமையைக் குறிக்கிறது. உண்மையான நுகர்வோர் புகார்களை நியாயமான முறையில் தீர்ப்பதற்கான உரிமையும் இதில் அடங்கும். நுகர்வோர் தங்கள் உண்மையான புகார்களுக்கு புகார் அளிக்க வேண்டும். சில சமயங்களில் அவர்களின் புகார் சிறிது மதிப்புடையதாக இருக்கலாம் ஆனால் ஒட்டுமொத்த சமூகத்தின் மீது அதன் தாக்கம் மிகப்பெரியதாக இருக்கும். அவர்கள் தங்கள் குறைகளைத் தீர்க்க நுகர்வோர் அமைப்புகளின் உதவியையும் பெறலாம்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு என்பதன் அர்த்தம் என்ன?

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வின் பொருள்: நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு என்பது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் நுகர்வோர் தனது உரிமைகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளும் செயல்முறையாகும். இது ஒரு நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு, தகவல் மற்றும் அவருக்குக் கிடைக்கும் பரிகார விருப்பங்களைப் பற்றி கல்வி கற்பதை உள்ளடக்குகிறது.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு என்பது பொருட்கள், பொருட்கள், சேவைகள் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள் பற்றிய தகவல்களை வாங்குபவர் அல்லது நுகர்வோர் அறிந்திருப்பதை உறுதி செய்வதாகும். நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு முக்கியமானது, இதனால் வாங்குபவர் சரியான முடிவை எடுக்கவும் சரியான தேர்வு செய்யவும் முடியும். நுகர்வோருக்கு தகவல் பெறும் உரிமை, தேர்வு செய்யும் உரிமை, பாதுகாப்பு உரிமை

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விஷயத்தில் அரசாங்கம் எதிர்கொள்ளும் மிகவும் தொடர்ச்சியான பிரச்சனைகளில் ஒன்று நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு. இப்பிரச்சனைக்கு தீர்வு காண அரசு பல ஆண்டுகளாக பல்வேறு வழிமுறைகளை கொண்டு வந்துள்ளது. உண்மையில், இது நுகர்வோர் விவகாரத் துறையின் முக்கிய நோக்கமாகும்.

நுகர்வோர் ஆர்வத்தை ஊக்குவித்தல்

சட்டங்கள் இல்லாமை அல்லது அவற்றைச் செயல்படுத்துவதில் உள்ள சிரமங்கள் சந்தையில் இருக்கும் 'கருப்புக் கப்பல்களுக்கு' ஊக்கத்தை அளிக்கிறது. சில நிறுவனங்கள் பின்னர் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளுக்கு ஆசைப்படுகின்றன, இது நுகர்வோர் நலனை பாதிக்கிறது.

முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் நுகர்வோருக்கு போதுமான கருவிகள் மற்றும் தகவல்கள் வழங்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோர் கொள்கைக்கான OECD குழு அதன் உறுப்பினர் பொருளாதாரங்களை கொள்கைகளை உருவாக்குதல் மற்றும் நுகர்வோர்

நலன்களை மேம்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்ட சட்ட மற்றும் சட்டமற்ற கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதில் வழிகாட்டுகிறது.

நுகர்வோர் தகராறு தீர்வு மற்றும் தீர்வு

நுகர்வோர் தங்கள் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கும் பண இழப்பீடு பெறுவதற்கும் பயனுள்ள, குறைந்த விலை வழிகளை மேம்படுத்துவது ஒரு முக்கிய நுகர்வோர் கொள்கை நோக்கமாகும். தற்போது, நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகளை அமல்படுத்துவதில் சிரமங்களை எதிர்கொள்கின்றனர். இது குறிப்பாக எல்லை தாண்டிய சூழலில், தீர்வு மற்றும் தீர்வு பெறுவதற்கான தடைகள் இன்னும் அதிகமாக உள்ளது. நுகர்வோர் கொள்கைக்கான OECD குழு பல ஆண்டுகளாக தகராறு தீர்வு மற்றும் தீர்வு ஆகியவற்றில் வேலை செய்து வருகிறது.

உலகளாவிய சந்தையில் நுகர்வோர் தகராறு தீர்வு மற்றும் தீர்வு எல்லைகள் தாண்டிய மோசடி மற்றும் ஏமாற்றும் வணிக நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்கான வழிகாட்டுதல்கள் (2003)

இணையவழி தகராறுகளைத் தீர்ப்பது: மாற்று பற்றி சரியான கேள்விகளைக் கேட்பது தகராறு தீர்வு(2004)

தனியுரிமை மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பாக வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர் மாற்று தகராறு தீர்வு தொடர்பான சட்ட விதிகள்

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் கல்வி

வளர்ந்து வரும் தகவல்களாலும், தயாரிப்புகளின் பரந்த தேர்வுகளாலும் இன்று நுகர்வோர் சவால் விடுகின்றனர். பெருகிய முறையில் சிக்கலான சந்தைகளில் நல்ல தேர்வுகளைச் செய்ய, அவர்கள் சந்தையில் தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும்.

நுகர்வோர் கொள்கைக்கான OECD குழு, நுகர்வோர் கொள்கைகளை ஆய்வு செய்து, மேம்பட்ட நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை நோக்கி வழிகாட்டுதல் மற்றும் பரிந்துரைகளை உருவாக்குகிறது.

நுகர்வோர் கொள்கை கருவிப் பட்டறை:

சுற்றுச்சூழல் உரிமைகோரல்களின் மதிப்பு மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்தும் தொடர்பு சேவைகள்: நுகர்வோரை மேம்படுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் நுகர்வோர் கல்வி: OECD குழுவின் கொள்கை பரிந்துரைகள் அன்று நுகர்வோர் கொள்கை நுகர்வோர் கல்வியை ஊக்குவித்தல்: போக்குகள், கொள்கைகள் மற்றும் நல்ல நடைமுறைகள் நுகர்வோர் கல்விக்கான கூட்டு மாநாடு போட்டி மற்றும் நுகர்வோர் கொள்கைகளுக்கு டையிலான இடைமுகம் நுகர்வோர்

கொள்கைக்கான பொருளாதாரம் பற்றிய வட்டமேசை

நுகர்வோர் கொள்கைக்கான தேவை-பக்க பொருளாதாரம் பற்றிய வட்டமேசை

நுகர்வோர் தயாரிப்பு பாதுகாப்பு

சுகாதாரம் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆகியவை நுகர்வோர் கொள்கையின் இதயத்தில் உள்ளன. பாதுகாப்பற்ற தயாரிப்புகளின் எண்ணிக்கை, குறிப்பாக குழந்தைகளுக்கு, கடுமையான சட்டம் மற்றும் சிறந்த அமலாக்கம் தேவைப்படுகிறது. மிகவும் அதிநவீன தயாரிப்புகளுக்கு இது குறிப்பாக முக்கியமானது எந்தெந்த பாகங்கள் உலகளவில் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு வர்த்தகம் செய்யப்படுகின்றன. எனவே, நுகர்வோர் கொள்கைக்கான OECD குழு இந்த வளர்ந்து வரும் பிரச்சினையில் தனது பணியை புதுப்பித்தது.

தயாரிப்பு சிக்கல்களில் சிறந்த தகவல் பகிர்வு நுகர்வோர் பாதுகாப்பை மேம்படுத்தும்

நுகர்வோர் தயாரிப்பு பாதுகாப்பு பற்றிய தகவல் பகிர்வை மேம்படுத்துதல் நுகர்வோர் தயாரிப்பு பாதுகாப்பு பற்றிய வட்டமேசைநுகர்வோர் தயாரிப்பு பாதுகாப்பு நுகர்வோர் தயாரிப்பு பாதுகாப்பு குறித்த பகுப்பாய்வு அறிக்கை 2008 கேள்வித்தாளின் பதில்களின் இணக்கம் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளில் OECD அறிவிப்பு அமைப்பில் முடிவு-பரிந்துரை ஈ-காமர்ஸ் உலகில் நுகர்வோர் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் புரிந்துகொள்வது

நுகர்வோர் உரிமைகளில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் பற்றிய விவாதத்தில் ஈடுபடத் தொடங்கும் போது, நுகர்வோர் உரிமைகளின் அடிப்படைகளைப் புரிந்துகொள்வது பொருத்தமானது.

ஒரு சாமானியரின் மொழியில், நுகர்வோர் என்ற வார்த்தையை நாம் குறிப்பிடும்போது, அது பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் நுகர்வு முடிவில் இருக்கும் ஒரு நபர் என்று புரிந்துகொள்கிறோம். மறுவிற்பனை நோக்கத்திற்காக ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை வாங்கும் எந்தவொரு நபரும் நுகர்வோர் அல்ல, ஏனெனில் அவர் வணிக நோக்கத்துடன் அத்தகைய கொள்முதலை மேற்கொள்கிறார்.

வணிகங்கள் மற்றும் சேவையின் கண்ணோட்டத்தில் நுகர்வோரை நாம் பார்க்கும்போது வழங்குநர்கள், எந்தவொரு நிறுவனத்தையும் நிறுவுவதற்குப் பின்னால் நுகர்வோர் முதன்மையான நோக்கமாக இருப்பதாகத் தெரிகிறது. ஒருவர் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை முக்கியமாக ஒரு நுகர்வு வளத்திற்கு வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டு உருவாக்குகிறார்.

நுகர்வோரின் நிலை குறித்த சட்டப்பூர்வ புரிதலுக்கான கதவுகளைத் திறப்பது அவசியம். இந்தியாவில் ஒவ்வொரு ஆண்டும் மார்ச் மாதத்தின் ஐட்ஸ் (மார்ச் 15) தேசிய நுகர்வோர் தினமாக அனுசரிக்கப்படுகிறது. 1962 ஆம் ஆண்டு இதே நாளில்தான், அமெரிக்க காங்கிரஸில் நுகர்வோர் உரிமைகளுக்கான மசோதா முன்வைக்கப்பட்டதால், இந்த நாள் வரலாற்று முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது.[1] 1985 ஆம் ஆண்டில், ஐக்கிய நாடுகள் சபை நுகர்வோர் பாதுகாக்கப்படுவதையும், பொருட்கள்

மற்றும் சேவைகளின் விநியோகம் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட முறையில் செய்யப்படுவதையும் உறுதிசெய்யும் சில வழிகாட்டுதல்களை வகுத்து ஏற்றுக்கொண்டது.

இந்தியாவில், நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான சட்டக் கட்டமைப்பு 1956 இல் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் வடிவத்தில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. இது ஒரு சட்டமாகும், இது 'ஏழைகளின் சட்டம்' என அங்கீகரிக்கப்பட்டது. வாங்குபவர் ஜாக்கிரதை என்ற கருத்து வெறும் எச்சரிக்கையின் யோசனையாக மாறியபோது இது ஒரு சூழ்நிலையை வெளிப்படுத்தியது மற்றும் கொள்கை அல்ல.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் இயற்றப்படுவதற்கு முன்பு, நுகர்வோரின் உரிமைகளை நிர்வகிப்பதற்கும், சுரண்டலுக்கு எதிராக அவர்களைப் பாதுகாப்பதற்கும் பொருட்கள் விற்பனைச் சட்டம் பயன்படுத்தப்பட்டது. இருப்பினும், பின்னர் 'வாங்குபவர்' மற்றும் 'விற்பவர்' என்ற சொற்கள் குறிப்புகளாக எடுத்துக் கொள்ளப்பட்டன.

இ-காமர்ஸ்

மின் வணிகத்தைப் பொறுத்தவரை, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு (இ-காமர்ஸ்) விதிகள், 2020 ("சட்டம்") நுகர்வோர் விவகாரங்கள், உணவு மற்றும் பொது விநியோக அமைச்சகத்தால் (அமைச்சகம்) ஜூலை 23, 2020 அன்று நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் கீழ் அறிவிக்கப்பட்டுள்ளது. சட்டம், 2019 ("சட்டம்"), இ-காமர்ஸில் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத் தடுக்கவும், நுகர்வோரின் நலனைப் பாதுகாக்கவும் மற்றும் மின் வணிகத் தளங்களில் வெளிப்படைத்தன்மை இருப்பதை உறுதி செய்யவும், மேலும் விதிமுறைகளை மேலும் வலுப்படுத்தவும் அதே ஆட்சி.

இ-காமர்ஸ் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் வளர்ச்சியுடன், நுகர்வோருக்கு புகார் அளிக்க பல மின்னணு தளங்கள் கிடைக்கின்றன. ஒவ்வொரு இ-காமர்ஸ் தளத்திற்கும் ஒரு நோடல் அதிகாரி நியமிக்கப்படுகிறார், அந்த தளம் அரசாங்கத்தால்

அறிவிக்கப்பட்ட விதிகளுக்கு இணங்குகிறதா என்பதைச் சரிபார்க்கும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பான சட்டங்களின் நோக்கம் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதும் பாதுகாப்பதும் மட்டுமல்ல; அவர்கள் நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளுடன் சந்தையை வழங்குவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர். இது பல நேர்மையான வணிகங்கள் வளரவும், மோசடியான வணிகங்கள் சந்தையில் நுழைவதையோ அல்லது தங்குவதையோ தடுக்கவும் உதவும். தொழில்களை நிறுவுவதற்கான தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் வசதியான வழிமுறைகளின் வருகையால் இது முன்பை விட இன்று மிகவும் முக்கியமானது.

வணிகங்களை நிறுவுவதற்கான விரிவான தளத்துடன், நுகர்வோர் சுரண்டப்படுவதற்கான அதிக வாய்ப்புகள் உள்ளன. புதிய தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களின் தாக்கம் மற்றும் இ-காமர்ஸ் பரிவர்த்தனைகளின் பாரிய ஒருங்கிணைப்பு, தனிப்பட்ட நுகர்வோர், வணிக நிறுவனங்கள், அரசாங்கங்கள் மற்றும் சர்வதேச அமைப்புகளின் கவனத்தை ஈர்த்தது, வணிக முயற்சியின் வளர்ச்சியை எளிதாக்குவது மட்டுமல்லாமல், பல்வேறு சவால்கள் மற்றும் எதிர்கொள்ளல்களையும் ஏற்படுத்துகிறது. தரவு பாதுகாப்பு, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, தனியுரிமை மீறல்கள் போன்ற சமூக மற்றும் தனிப்பட்ட நலன்களின் பல்வேறு பிரிவுகளுக்கு.

இ-காமர்ஸில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான போதுமான மற்றும் திறமையான ஒழுங்குமுறை வழிமுறைகள் மற்றும் சட்டக் கருத்துக்கள், மின்னணு முறையில் பொருத்தப்பட்ட வணிகப் பரிவர்த்தனைகளில் உலகளாவிய அங்கீகாரம் பெற்ற நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணைகளுக்குப் பாதுகாப்பை வழங்கும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின்படி, ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கும் பின்வரும் உரிமைகள் உள்ளன:

1. பாதுகாப்பு உரிமை
2. தகவல் அறியும் உரிமை
3. தேர்வு செய்யும் உரிமை
4. கேட்க உரிமை
5. பரிகாரம் தேடும் உரிமை மற்றும்
6. நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை

மின் வணிகம் மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகள்

ஈ-காமர்ஸ் என்பது இணையத்தில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பதைக் குறிக்கிறது. ஆன்லைன் ஷாப்பிங் பெருகிய முறையில் பிரபலமடைந்து வருவதால், இ-காமர்ஸ் பரிவர்த்தனைகளின் சூழலில் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் புரிந்துகொள்வது அவசியம். இ-காமர்ஸில் நுகர்வோர் உரிமைகளின் சில முக்கிய அம்சங்கள் இங்கே:

தகவல் அறியும் உரிமை:

நுகர்வோர் தாங்கள் வாங்கும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் பற்றிய துல்லியமான மற்றும் வெளிப்படையான தகவல்களை அணுக உரிமை உண்டு. E-காமர்ஸ் தளங்கள் தெளிவான தயாரிப்பு விளக்கங்கள், விலை விவரங்கள், ஷிப்பிங் தகவல், திரும்பும் கொள்கைகள் மற்றும் நுகர்வோர்கள் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க உதவும் பிற தொடர்புடைய தகவலை வழங்க வேண்டும்.

தனியுரிமை மற்றும் தரவுப் பாதுகாப்பிற்கான உரிமை:

இ-காமர்ஸ் பரிவர்த்தனைகளில் ஈடுபடும் போது நுகர்வோருக்கு

தனியுரிமை மற்றும் அவர்களின் தனிப்பட்ட தரவுகளின் பாதுகாப்பிற்கான உரிமை உள்ளது. ஆன்லைன் வணிகங்கள் தெளிவான தனியுரிமைக் கொள்கைகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், தனிப்பட்ட தகவல்களைச் சேகரிப்பதற்கான ஒப்புதலைப் பெற வேண்டும் மற்றும் நுகர்வோர் தரவைப் பாதுகாக்கவும் பாதுகாக்கவும் பொருத்தமான நடவடிக்கைகளை எடுக்க வேண்டும்.

பாதுகாப்பான பரிவர்த்தனைக்கான உரிமை:

பாதுகாப்பான மற்றும் பாதுகாப்பான ஆன்லைன் பரிவர்த்தனை சூழலுக்கு நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. E-காமர்ஸ் தளங்கள் பாதுகாப்பான கட்டண முறைகள், குறியாக்க தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் நுகர்வோரின் நிதித் தகவலை அங்கீகரிக்கப்படாத அணுகல் அல்லது மோசடி நடவடிக்கைகளில் இருந்து பாதுகாக்க மற்ற நடவடிக்கைகளை செயல்படுத்த வேண்டும்.

பரிகாரம் செய்யும் உரிமை:

தயாரிப்பு குறைபாடுகள், டெலிவரி சிக்கல்கள் அல்லது ஆன்லைன் வாங்குதல்களில் பிற சிக்கல்கள் ஏற்பட்டால், நுகர்வோர் பரிகாரம் தேட உரிமை உண்டு. இ-காமர்ஸ் தளங்களில் நுகர்வோர் புகார்களைக் கையாள்வதற்கும், தேவைப்படும்போது பணத்தைத் திரும்பப் பெறுதல் அல்லது மாற்றீடுகள் வழங்குவதற்கும், நியாயமான மற்றும் சரியான நேரத்தில் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கும் அணுகக்கூடிய மற்றும் பயனுள்ள வாடிக்கையாளர் ஆதரவு வழிமுறைகள் இருக்க வேண்டும்.

ரத்துசெய்தல் மற்றும் திரும்பப்பெறுவதற்கான உரிமை:

நுகர்வோர் பொதுவாக தங்கள் ஆர்டர்களை ரத்து செய்யவோ அல்லது ஆன்லைனில் வாங்கிய தயாரிப்புகளை ஒரு குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் திருப்பி அனுப்பவோ உரிமை உண்டு. மின்-வணிக தளங்கள், ரத்துசெய்தல்

மற்றும் திரும்பப் பெறும் கொள்கைகளை நுகர்வோருக்குத் தெளிவாகத் தெரிவிக்க வேண்டும் மற்றும் பொருட்களைத் திரும்பப் பெறுதல் மற்றும் பணத்தைத் திரும்பப் பெறுதல் அல்லது பரிமாற்றங்களைப் பெறுதல் ஆகியவற்றை எளிதாக்க வேண்டும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள்:

இ-காமர்ஸ் பரிவர்த்தனைகளில் ஈடுபடும் நுகர்வோர், அந்தந்த அதிகார வரம்பில் உள்ள நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களால் வழங்கப்படும் பாதுகாப்புகளுக்கு உரிமை உண்டு. இந்தச் சட்டங்களில் நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், தவறான விளம்பரங்கள், தயாரிப்பு பொறுப்பு மற்றும் நுகர்வோர் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதை நோக்கமாகக் கொண்ட பிற விதிமுறைகள் தொடர்பான விதிகள் இருக்கலாம்.

இ-காமர்ஸில் பங்கேற்கும்போது நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புடன் இருப்பது முக்கியம். இ-காமர்ஸ் தளங்களின் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள், தனியுரிமைக் கொள்கைகள் மற்றும் பணத்தைத் திரும்பப்பெறுதல்/திரும்பப் பெறுதல் போன்றவற்றைப் படித்துப் புரிந்துகொள்வது, நுகர்வோர் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்கவும் அவர்களின் உரிமைகளைப் பாதுகாக்கவும் உதவும்.

நுகர்வோர் சட்டம் என்பது நமக்குத் தெரியாத ஒரு பகுதி அல்ல என்றாலும், இது நுகர்வோர் தொழில்நுட்பத்தை சந்திக்கும் பகுதி என்பதால், புரிந்து கொள்ள இந்த தலைப்பை எடுக்க வேண்டியிருந்தது. இணையவெளியில் நுகர்வோரின் உரிமைகளுக்கு ஏற்படும் அச்சுறுத்தல்கள் குறித்து நாம் கவனம் செலுத்தும்போது, தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டத்தையும் சேர்த்துக் கொள்வது அவசியம்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதற்கான நடைமுறைகளைக் கவனித்துக்கொள்கிறது, ஆனால் தவறான சூழலைத் தடுப்பதற்கான பாரிய கட்டுப்பாடு மின்-வணிகத்திற்கு வரும்போது தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டத்தில் உள்ளது.

இணையவெளியை சட்டப்பூர்வமாக பிணைக்கும் வகையில் தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டம் நடைமுறையில் உள்ளது. இருப்பினும், பிரச்சனை என்னவென்றால், நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதில் குறிப்பாக கவனம் செலுத்தும் எந்தவொரு குறிப்பிட்ட ஏற்பாடும் சட்டத்தில் இல்லை. தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டம் வரம்புக்குட்பட்டது மற்றும் இ-காமர்ஸின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதில் கவனம் செலுத்துகிறது, இருப்பினும், வர்த்தகர் மற்றும் நுகர்வோர் நம்பிக்கையை வளர்க்கும் இத்தகைய வளர்ச்சிக்கான அடிப்படை முன்நிபந்தனைகளைத் தொடரவும் பாதுகாக்கவும் தவறிவிட்டது.

நகல் தயாரிப்புகள், பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் பதிலளிக்காத ஹெல்ப்லைன்கள் மூலம் ஏமாற்றப்படுவதைத் தடுக்க, நுகர்வோருக்கு சைபர்ஸ்பேஸில் பாதுகாப்பு தேவைப்படுகிறது. பணம் செலுத்திய பிறகு விற்பனையாளரிடமிருந்து பதில் இல்லாதது குறித்து முக்கிய புகார்கள் செய்யப்படுகின்றன. எனவே, நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்திற்கும் தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டத்திற்கும் இடையே உள்ள தொடர்பைக் கண்டறிந்து, நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பது தொடர்பாக ஏற்கனவே நடைமுறையில் உள்ள தீர்வுகளுக்கு ஒரு சட்டக் கட்டமைப்பை வழங்குவது அவசியம்.

நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகங்களின் பங்கு

1. ஊடகங்கள் தகவல்தொடர்புகளைக் குறிக்கலாம். தகவல் அல்லது தரவைச் சேமித்து வழங்குவதற்குப் பயன்படுத்தப்படும் தொடர்புக் கருவிகள்.
2. அச்ச ஊடக செய்தித்தாள்கள், இதழ்கள், புத்தகங்கள் மற்றும் பிற அச்சிடப்பட்ட பொருட்கள்
3. எலக்ட்ரானிக் மீடியா வானொலி, தொலைக்காட்சி, இணையம், சினிமா போன்றவை
4. ஊடகங்கள் எல்லா இடங்களிலும் உள்ளது, அது நம் அன்றாட வாழ்க்கையின் ஒரு பகுதியாக மாறிவிட்டது. கற்றல் செயல்பாட்டில் ஊடகங்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. ஆளுமைகளை வடிவமைக்கவும், உலகத்தையும் நமது உடனடி யதார்த்தத்தையும் நாம் உணரும் மற்றும் புரிந்துகொள்ளும் விதத்தை மாற்றும் திறன் ஊடகங்களுக்கு உள்ளது.
5. கல்விச் செயல்பாட்டில் அச்ச ஊடகத்தின் பங்கு மிகவும் முக்கியமானது. செய்தித்தாள்கள், இதழ்கள் மற்றும் இதழ்கள் போன்ற அச்ச ஊடகங்கள் ஒரு மூலத்திலிருந்து மற்றொன்றுக்கு இடையேயான தொடர்புக்கான அடிப்படை பழமையான சேனல்கள். வாசகர்கள் தங்கள் தாய்மொழியில் தகவல் மற்றும் அறிவைப் பெறுவதற்கு வசதியாக ஒவ்வொரு பிராந்திய மொழியிலும் அச்ச ஊடகங்கள் அச்சிடப்படுகின்றன.
6. செய்தித்தாள்கள்: செய்தித்தாள்கள் மூலம், செய்திகள், தகவல்களைப் பெறலாம், மேலும் நமது தேசிய மொழியைக் கற்றுக்கொள்ளலாம், மேலும் ஆங்கில செய்தித்தாள்கள் ஆங்கில மொழியைக் கற்க மிகவும் உதவியாக இருக்கும். சுதந்திரத்திற்கு முன்பிருந்தே செய்தித்தாள்கள் சிறந்த கற்றல் வழியாக இருந்தன.

இதழ்கள்: நாளிதழ்கள் தினசரி அடிப்படையில் வெளியிடும் இதழ்கள். கல்வி மாற்றத்தின் மிக முக்கியமான யோசனைகள் மற்றும் சான்றுகளை

பிரதிபலிக்கும் சர்வதேச, தொழில் ரீதியாக குறிப்பிடப்பட்ட, கலை அறிவார்ந்த பத்திரிகைகள் உள்ளன.

7. வரலாறு, உளவியல், அரசியல் அறிவியல், சமூகவியல், மானுடவியல், தத்துவம் மற்றும் நிர்வாகம் மற்றும் நிறுவனக் கோட்பாடு மற்றும் அளவு மற்றும் தரமான ஆராய்ச்சி மற்றும் கருத்தியல் மேம்பாடுகள் உள்ளிட்ட பரந்த அளவிலான வழிமுறைகளின் பங்களிப்புகளை பத்திரிகைகள் வரவேற்கின்றன மற்றும் ஆதரிக்கின்றன.
8. இதழ்கள் இதழ்கள் மூலம் கட்டுரைகள், அம்சங்கள், நேர்காணல்கள், சிறுகதைகள் மூலம் கற்றுக் கொள்ளலாம், இதழ்கள் மூலம் மிக அருமையான இலக்கியங்களைப் பெறலாம். உலகம் முழுவதிலும் உள்ள பல்வேறு மற்றும் பல்துறை அறிவைக் கொண்ட பல்வேறு வகையான இதழ்கள்.
9. புத்தகம் கல்விக்கு சிறந்த ஆதாரம். முறையான மற்றும் முறைசாரா கல்வி பற்றிய நிறைய விஷயங்கள் புத்தகங்களில் கிடைக்கின்றன. பெரும்பாலும் மாணவர்கள் கல்வி கற்க இந்த ஊடகத்தையே சார்ந்துள்ளனர். நவீன தொழில்நுட்பம் இருந்தபோதிலும், இந்த ஊடகம் இன்னும் கற்றலுக்கு பிரபலமானது.
10. முதலாவதாக, கல்விச் செயல்பாட்டில் வானொலியின் பங்கு கல்வியில் வானொலியும் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. அரசியல், நிதி மற்றும் பிற திட்டங்கள் பற்றிய பேச்சு நிகழ்ச்சிகள் முறைசாரா கல்வியின் ஆதாரம். பல ஆளுமைகள், அறிஞர்கள், தொழில் வல்லுநர்கள் வானொலியில் தலைமை விருந்தினராக வருவார்கள், நேரடி அழைப்புகள் மூலம், நாங்கள் நிறைய தகவல்களை எடுத்துக்கொள்கிறோம், இதன் மூலம் கற்றுக்கொள்கிறோம்.

11. சமூக வானொலி அமைப்பு: சமூக வானொலி அமைப்பு கல்விக்காக உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. சமூக வானொலி அமைப்பு என்ற பெயரில் வானொலி தற்போது கல்வித்துறையில் நுழையத் தொடங்கியுள்ளது. சமூக வானொலி என்ற சொல் சமூகத்தின் உறுப்பினர்களை உள்ளடக்கியதன் மூலம் சமூகத்திற்கு சேவை செய்யும் நோக்கங்களுடன் வானொலி ஒலிபரப்பைக் குறிக்கிறது. இது மாணவர்களின் பொதுப் பேச்சுத் திறனை வளர்த்துக் கொள்ள உதவும்.
12. பள்ளிகள் மற்றும் கல்லூரிகளில் சமூக வானொலியை அறிமுகப்படுத்த ஒலிபரப்பு நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை முன்னேறியுள்ளது. இந்த தொழில்நுட்பத்தின் அறிமுகத்துடன், சில சிவில் சமூக அமைப்புகள் தங்கள் கல்வி வானொலி நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்ப முன் வந்துள்ளன. மேலும், இந்த வகையான வானொலி மாணவர்கள் தங்கள் வகுப்பறை கற்பித்தலைத் திருத்த உதவும், அதை அவர்கள் மறந்துவிடலாம். சமூக வானொலியின் தாக்கம் மிகப்பெரியது மற்றும் அதன் தாக்கம் சமூகத்தின் ஒவ்வொரு பிரிவிலும் உணரப்படுகிறது.
13. இணையம் ஒரு ஊடகம், இது உலகத்தை உலகளாவிய கிராமமாக மாற்றியது. உலகெங்கிலும் உள்ள மாணவர்கள் இணையம் வழியாக உலகளவில் ஒருவருக்கொருவர் இணைக்கப்படுகிறார்கள். தகவல்களைச் சேகரிப்பதற்கும், செய்திகளைப் படிப்பதற்கும், கேட்களை விளையாடுவதற்கும், தேடுதல் செயல்முறை மற்றும் வணிகப் பணிகளுக்கும் அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்கள் இணையத்தைச் சார்ந்திருப்பதை நாம் பார்த்திருக்கிறோம். தொலைதூரக் கல்வியை வழங்குவதற்கு ஆன்லைன் கற்றல் ஒரு முக்கிய ஊடகத்தின் பங்கைக் கொண்டுள்ளது.

14. ஆன்லைன் தொலைதூரக் கல்வியின் மிக முக்கியமான நன்மை, ஒருவரின் வீட்டில் அல்லது பணியிடத்தில் இருந்து பட்டம் பெறுவது. விளக்கப்படங்கள், வரைபடங்கள், வரைபடங்கள், நகரும் படங்கள், ஸ்லைடுகள் மற்றும் வீடியோ கிளிப்பிங்ஸ் மற்றும் இணையம் வழியாக ஆடியோ பதிவுகள் மூலம் அறிவையும் தகவலையும் பெறலாம். ஆசிரியரின் உதவியின்றி முழு பாடத்திட்டத்தையும் புரிந்து கொள்ள உதவுகிறது. ஆன்லைன் வகுப்பு திட்டங்கள்-அஞ்சல்கள் மூலம் மாணவர்கள் தங்கள் சகாக்களுடன் தொடர்பு கொள்ள முடியும், மேலும் ஆன்லைன் கான்பரன்சிங் மற்றும் அரட்டையின் உதவியுடன் கற்றலை எளிதாகவும் பொழுதுபோக்காகவும் ஆக்குகிறது. ஆன்லைன் நூலகங்கள் அவற்றின் பெரிய புத்தகத் தொகுப்புடன் கிடைப்பது கற்றல் செயல்முறையை எளிதாகவும் பயனுள்ளதாகவும் ஆக்கியுள்ளது.

15. எல்லா வகையான மக்களையும் சென்றடையும் சக்திவாய்ந்த ஊடகம் தொலைக்காட்சி. இது முறைசாரா கல்வியின் ஆதாரமாகும். ஒரு நபரின் வாழ்க்கையை தொழில் ரீதியாகவும் ஆளுமையாகவும் வடிவமைப்பதில் டிவி முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இது சம்பந்தப்பட்ட நபருக்கு அவரது தொழிலைப் பொருட்படுத்தாமல் மதிப்பு கூட்டல் அறிவை வழங்குகிறது. எங்களிடம் எல்லாவற்றிலும் நிறைய திட்டங்கள் உள்ளன. டிஸ்கவரி, நேஷனல் ஜியோகிராஃபிக், அனிமல் பிளானெட் போன்ற சேனல்கள் எல்லோருக்கும் ஏதோவொன்று உள்ளது. இது தொடர்பான கண்டுபிடிப்புகள் பற்றிய அபரிமிதமான அறிவை நமக்கு வழங்குகிறது. அரசியல், வணிகம், நிதி, இயற்கை, நாடகங்கள் மற்றும் திரைப்படங்கள் மூலம் பல்வேறு மொழிகள் கற்றுக்கொள்வதற்கு டிவி வழங்குகிறது. , சமையல் போன்றவை. பல்வேறு செய்தி சேனல்கள் நமது அறிவை மேம்படுத்த உதவுகின்றன.

16. திரைப்படங்கள் வெகுஜன ஈர்ப்பு மற்றும் சமூகத்தின் மீதான தாக்கத்தின் காரணமாக அவை ஒரு பெரிய வெகுஜன ஊடகமாக கருதப்படுகின்றன. திரைப்படம் என்பது முறைசாரா கல்வியின் ஆதாரமாகவும் இருக்கிறது. பல்வேறு கலாச்சாரங்கள் மற்றும் பிற சமூகங்களின் விதிமுறைகள், மதிப்புகள், நாகரிகங்கள் மற்றும் திரைப்படங்களின் வாழ்க்கை முறை ஆகியவற்றைப் பற்றி நாம் அறிந்து கொள்ளலாம். பல்வேறு மொழிகளை கற்றுக்கொள்வதில் திரைப்படம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. திரைப்படத்தை வழங்குபவர்கள் பார்வையாளர்களுக்கு ஒரு தார்மீக பாடம். இது பார்வையாளர்களைப் பொறுத்தது, அவர்கள் எப்படி உணருகிறார்கள். பல வரலாற்றுத் திரைப்படங்கள் தேசங்களின் பழைய வரலாற்றை நமக்குச் சொல்கின்றன. பயங்கரவாதம், ஊழல், தீவிரவாதம், சமூக தீமைகள் போன்ற உலகின் தற்போதைய சூழ்நிலையை திரைப்படங்கள் வியத்தகு முறையில் நமக்குச் சொல்கின்றன.

17. ஒவ்வொரு தனிமனிதனின் வாழ்விலும் ஊடகங்களின் தாக்கம் மிகப் பெரியது என்று நாம் சரியாக முடிவு செய்யலாம். சமூகத்தில் தகவல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் தொடர்ச்சியான வளர்ச்சியுடன், ஊடகங்கள் கல்வி மற்றும் கலாச்சார பன்முகத்தன்மையின் தேவைக்கு குறிப்பிட்ட கவனம் செலுத்தி தனிநபர்களிடையே ஊடக உணர்வை ஊக்குவித்தன. கடைசியாக ஆனால் குறைந்தது அல்ல, ஊடகம் ஒரு புதிய பரிமாணத்தைத் திறந்து, கல்விக்கு ஒரு புதிய அர்த்தத்தை அளித்துள்ளது. கல்வி முன்னெப்போதும் இல்லாத அளவுக்கு பொழுதுபோக்காக மாறிவிட்டது.

நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகத்தின் முக்கியத்துவம்

தகவல் வழங்குதல், விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துதல், மற்றும் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க தனிநபர்களுக்கு அதிகாரம் அளிப்பதன் மூலம் நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகங்கள் குறிப்பிடத்தக்க பங்கை வகிக்கின்றன. நுகர்வோர் கல்விக்கு ஊடகங்கள் பங்களிக்கும் சில முக்கிய வழிகள் இங்கே:

தகவல் பரவல்: நுகர்வோருக்கு தகவல்களை வழங்குவதற்கு ஊடகம் ஒரு முக்கிய சேனலாக செயல்படுகிறது. இது தயாரிப்பு மதிப்புரைகள், பாதுகாப்பு எச்சரிக்கைகள், நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் புதிய விதிமுறைகள் போன்ற நுகர்வோர் தொடர்பான பல்வேறு தலைப்புகளில் செய்திகள், கட்டுரைகள், விசாரணை அறிக்கைகள் மற்றும் நிபுணர் கருத்துக்களை வழங்குகிறது. இந்தத் தகவலைப் பகிர்வதன் மூலம், நுகர்வோர்கள் தங்கள் விருப்பங்கள் மற்றும் உரிமைகள் குறித்துப் புதுப்பித்துக்கொள்ளவும், அறிந்திருக்கவும் ஊடகங்கள் உதவுகின்றன.

தயாரிப்பு மதிப்புரைகள் மற்றும் ஒப்பீடுகள்: பல்வேறு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் அம்சங்கள், செயல்திறன் மற்றும் பணத்திற்கான மதிப்பை மதிப்பீடு செய்து, தயாரிப்பு மதிப்புரைகள் மற்றும் ஒப்பீடுகளை ஊடகங்கள் அடிக்கடி நடத்துகின்றன. இந்த மதிப்புரைகள், பல்வேறு விருப்பங்களின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை முன்னிலைப்படுத்தி, அவர்களின் தேவைகளை சிறப்பாகப் பூர்த்தி செய்யும் தயாரிப்புகளைத் தேர்வுசெய்வதன் மூலம், நுகர்வோர் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க உதவுகின்றன.

நுகர்வோர் உரிமைகள் வாதிடுதல்: நுகர்வோர் உரிமைகளுக்காக வாதிடுவதில் ஊடகங்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. பத்திரிகையாளர்கள் மற்றும் புலனாய்வு நிருபர்கள் வணிகங்களின் மோசடி நடைமுறைகள், மோசடிகள் மற்றும் நெறிமுறையற்ற நடத்தைகளை அம்பலப்படுத்துகின்றனர், இதன் மூலம் நுகர்வோர் சாத்தியமானவற்றை

எச்சரிக்கின்றனர். அபாயங்கள். இது விழிப்புணர்வை உருவாக்க உதவுகிறது மற்றும் நுகர்வோர் எச்சரிக்கையுடன் இருக்கவும், அவர்களின் உரிமைகளை உறுதிப்படுத்தவும், நியாயமான சிகிச்சையை கோரவும் ஊக்குவிக்கிறது.

பொது விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்கள்: மீடியா தளங்கள் நுகர்வோரை பாதிக்கும் பிரச்சினைகள் குறித்த பொது விழிப்புணர்வு பிரச்சாரங்களை அடிக்கடி நடத்துகின்றன. இந்த பிரச்சாரங்கள் நிதி கல்வியறிவு, சுகாதாரம் மற்றும் பாதுகாப்பு முன்னெச்சரிக்கைகள், சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்பான நுகர்வு போன்ற தலைப்புகளில் கவனம் செலுத்துகின்றன. இத்தகைய தகவல்களைப் பரப்புவதன் மூலம், தங்களுக்கும் ஒட்டுமொத்த சமுதாயத்திற்கும் பயனளிக்கும் தேர்வுகளைச் செய்ய நுகர்வோருக்கு கல்வி மற்றும் அதிகாரம் அளிப்பதை ஊடகம் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

நுகர்வோர் கல்வி திட்டங்கள்: சில ஊடகங்கள் அச்ச மற்றும் தொலைக்காட்சி அல்லது ஆன்லைன் தளங்களில் சிறப்பு நுகர்வோர் கல்வி திட்டங்களை உருவாக்குகின்றன. இந்தத் திட்டங்கள் தனிப்பட்ட நிதி மேலாண்மை, நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பாதுகாப்பு, ஸ்மார்ட் ஷாப்பிங் நுட்பங்கள் மற்றும் சிக்கலான தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளைப் புரிந்துகொள்வது போன்ற தலைப்புகளில் ஆராய்கின்றன. அவர்கள் நுகர்வோர் அறிவு மற்றும் முடிவெடுக்கும் திறன்களை மேம்படுத்துவதற்கான நடைமுறை ஆலோசனைகள், குறிப்புகள் மற்றும் ஆதாரங்களை வழங்குகிறார்கள்.

சமூக ஊடகம் மற்றும் பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கம்: சமூக ஊடகங்களின் எழுச்சி நுகர்வோருக்கு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய தங்கள் அனுபவங்களையும் கருத்துக்களையும் பகிர்ந்து கொள்ள ஒரு தளத்தை வழங்கியுள்ளது. ஆன்லைன் மதிப்புரைகள் மற்றும் மதிப்பீடுகள், வலைப்பதிவு இடுகைகள் மற்றும் சமூக ஊடக விவாதங்கள் போன்ற பயனர் உருவாக்கிய

உள்ளடக்கம், நுகர்வோர் கல்வியின் மதிப்புமிக்க ஆதாரமாக மாறியுள்ளது. இது தனிநபர்கள் மற்றவர்களின் அனுபவங்களிலிருந்து கற்றுக்கொள்ளவும், நுண்ணறிவுகளைப் பெறவும், கூட்டத்தின் கூட்டு ஞானத்தின் அடிப்படையில் தகவலறிந்த தேர்வுகளைச் செய்யவும் உதவுகிறது.

நுகர்வோர் கல்வியில் ஊடகங்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கும் அதே வேளையில், நுகர்வோர் விமர்சனம் மற்றும் விவேகத்துடன் இருப்பது முக்கியம் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. ஊடகங்கள் வழங்கும் அனைத்து தகவல்களும் துல்லியமாகவோ அல்லது பக்கச்சார்பற்றதாகவோ இருக்காது. நுகர்வோர் பல ஆதாரங்களில் இருந்து உண்மைகளை சரிபார்த்து, வெவ்வேறு கண்ணோட்டங்களைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும், மேலும் தங்களுக்கான சிறந்த முடிவுகளை எடுக்க தங்கள் சொந்த தீர்ப்பை உருவாக்க வேண்டும்.

EDITED BY
Dr.B.JARINAA
ASSISTANT PROFESSOR
DEPARTMENT OF COMMERCE
MANONMANIAM SUNDARANAR UNIVERSITY
TIRUNELVLEI - 627012

