திட்டம்

மாத இதழ்

மலர் 50

இதழ் 4

டிசம்பர் 2017

அக்ரஹாயன - பௌஷா 1939

முதன்மை ஆசிரியர்

தீபிகா கச்சல்

முதுநிலை ஆசிரியர்

ஆ.இளங்கோவன்

இதழ் ஆக்கத்தில் உதவி

த. சித்தார்த்தன்

கட்டுரையாளர்களின் கருத்துக்கள் அவர்களுடையதே. எல்லாக் கருத்துக்களும் அரசின் கருத்துக்களை ஒட்டி இருக்கும் என்று கூற இயலாது.

திட்டமிடுதல் மற்றும் நாட்டின் வளர்ச்சியைப் பற்றியது இந்த ஏடு. மொத்தம் 13 மொழிகளில் இது வெளியாகிறது. திட்டத்தினால் ஏற்படும் நன்மைகளை இது விளக்குகிறது என்றாலும் அரசின் கருத்துக்களை மட்டுமே தெரிவிப்பது இதன் நோக்கமல்ல.

சந்தா விபரம்

தனிப்பிரதி	...	ரூ. 22.00
ஓர் ஆண்டு	...	ரூ. 230.00
இரண்டாண்டு	...	ரூ. 430.00
மூன்றாண்டு	...	ரூ. 610.00

சந்தா-வை DD மூலம் அனுப்ப வேண்டிய முகவரி:

துணை இயக்குநர்

திட்டம்

A Wing இராஜாஜி பவன்,

பெசன்ட் நகர்

சென்னை -600 090.

தொலைபேசி : 044-2491 7673

- தமிழ்நாட்டில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
  - சோ.மதுமதி
- நுகர்வோர் உரிமைகளும், விழிப்புணர்வும் : கொள்கைசார் நோக்கு
  - அவினாஷ் K. ஸ்ரீவத்சவா
- இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு: தோற்றமும் அண்மைக்கால வளர்ச்சிகளும்
  - பேராசிரியர் D. P. S. வர்மா
- நுகர்வோர் வசதி, பாதுகாப்பு, கவனம், ஆதாயம் ஆகியவை டிஜிட்டல் இந்தியாவின் வெற்றிக்கு மிக முக்கியம்
  - டாக்டர். சீத்தாராம் தீக்ஷித்
- நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்: பழைய சட்டத்திற்குப் பதில் புதிய சட்டம்
  - புஷ்பா கிரிமாஜி
- நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு: வழிமுறைகளும், இனிவரும் அணுகுமுறைகளும்
  - Dr. B.C. குப்தா
- நிதிச்சேவைகளில் நுகர்வோரையும் உள்ளடக்குதல்: பிரச்னைகளும் தீர்வும்
  - டாக்டர் ஜி.சுந்தரம்
- வங்கிச்சேவைகளின் நுகர்வோராக இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களின் உரிமைகள்
  - தீபாகர் லெங்க்கா
- கிராமப்புற நுகர்வோருக்கு விழிப்புணர்வு
  - ராகுல் சிங்
- ஜிஎஸ்டியினால் நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்டிருக்கும் தாக்கம்
  - டி.என்.அஷோக்
- பாரத்மாலா திட்டம்:
  - G. ரகுராம்

Log on to **http://publicationsdivision.nic.in/**

in collaboration with **bharatkosh.gov.in**

தலையங்கம்

நுகர்வோரே அரசர்

ஒரு பொருளை வாங்கும்போது ஒருவர் முதலில் சோதிப்பது அதன் விலை எவ்வளவு என்பதைத்தான். நம் கையில் இருக்கும் பணத்திற்குள் இதை வாங்கிவிடமுடியுமா என்பதே ஒருவர் தன்னைத்தானே கேட்டுக்கொள்ளும் முதல் கேள்வி. இந்தப்பொருள் நீடித்து உழைக்குமா? இது காலாவதியாகும் தேதி என்ன? என்பன போன்ற பிற விஷயங்களை சோதிப்பதில் நாம் மிக அரிதாகவே கவனம் செலுத்துகிறோம். இந்த இடத்தில் தான் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஆரம்பிக்கிறது. அரைகுறையான விவரங்களைத்தருவது, எடை குறைவான பொருள்களைத்தருவது, அதிக விலை பெறுவது, தரக்குறைவான பொருள்களை விற்பது போன்ற பல்வேறு வழிகளில் வணிகர்களால் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுகிறார்கள்.

இவைபோன்ற நியாயமற்ற நடைமுறைகள் வாடிக்கையாளரை பொருளாதார ரீதியாக பாதிப்பதோடு மட்டுமின்றி, உடல்நலத்திற்கு இடையூறுகளையும், மனஉளைச்சலையும் கூட ஏற்படுத்துகின்றன. கடுமையான போட்டி நிலவிவரும் உலகமயமாதல் காலத்தில் ஒவ்வொரு உற்பத்தியாளரும் அதிக இலாபம் சம்பாதிக்கவே முயற்சிக்கின்றனர். இதன் காரணமாக அவர்கள் தவறாக வழிநடத்தும் விளம்பரங்களை வெளியிட்டு, உக்கிரமான போக்குகளையும் கடைபிடிக்கின்றனர். நுகர்வோரின் நன்மைகளைப் புறந்தள்ளும் விற்பனை நடைமுறைகளைக் கைக்கொள்ளுகின்றனர். இத்தகைய சூழலில் நுகர்வோர் தங்கள் நன்மைகளைப் பாதுகாத்துக்கொள்வதற்கு பொருள்களை வாங்கும்போதும், சேவைகளைப் பெறும்போதும் தகவல்களை நன்றாகத் தெரிந்துவைத்துக்கொண்டு விழிப்புடன் இருப்பது அவசியம். நுகர்வோர் தங்களின் உரிமைகள் பற்றி முழுமையாக அறிந்திருப்பதும், அதிகபட்ச சில்லறை விலையை சரிபார்த்துக்கொள்வதும், அதிக மதிப்புடைய மிக முக்கியமான சொத்துக்களை வாங்கும்போது பொடி எழுத்துக்களில் இருக்கும் மிக நீளமான சட்டப்பூர்வ ஆவணங்களைப் படித்துப்புரிந்துகொண்டு கையெழுத்திடுவதும் அவசியம். உணவுப்பொருள்கள், மளிகைப்பொருள்கள் போன்றவற்றை வாங்குவதற்கு முன்பே உற்பத்தி தேதி, காலாவதியாகும் தேதி, உள்ளடக்கப் பொருள்கள் பற்றிய விவரங்களை சோதித்து அறிவது முக்கியம். இல்லாவிடில் நச்சுப்பொருள்களை உணவாகப் பெற நேரிடலாம்.

சேவைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வு சற்று சிக்கலானது. இதைப்பற்றி பலரும் அறியாமல் இருக்கின்றனர். மருத்துவமனைகளில் பல சமயங்களில் நோயாளிகளிடம் வெற்றுத்தாளிலோ அல்லது சாதாரண மனிதனுக்குப் புரியாத சிக்கலான மொழியில் எழுதப்பட்டிருக்கும் படிவங்களிலோ கையொப்பம் பெறுகின்றனர் என்பது உங்களுக்குத் தெரியுமா? பதற்றத்தில் இருக்கும் நோயாளியோ அல்லது அவருடன் இருப்பவரோ விளைவுகள் பற்றி அறியாமல் காட்டிய இடங்களில் எல்லாம்

கையெழுத்து போடுகிறார்கள். பிறகு சட்டப்பூர்வ நடவடிக்கைக்கு நுகர்வோர் முயலும்போது நோயாளியின் ஒப்புதல் ஏற்கனவே பெறப்பட்டிருப்பதாகத் தெரிவித்து இத்தகைய படிவங்கள் சாட்சியமாக வந்து நிற்கின்றன. கட்டுமானக்காரர்களும், கடன் தரும் நிறுவனங்களும் இதைப்போலத்தான் நடந்துகொள்கின்றன. வீடு வாங்குபவரோ, கடன் வாங்குபவரோ புரிந்துகொள்ளமுடியாத அளவுக்கு அவரை முட்டாளாக்கும் வண்ணம் ஒப்பந்தத்தின் மொழிநடை அமைந்துவிடுகின்றது. இங்குதான் நுகர்வோர் உரிமைகளும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பும் முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன.

இவை பற்றிய செய்திகள் நம்முடைய பழங்காலப்படைப்புகளில் பொதிந்திருப்பதாக புதுதில்லியில் நடைபெற்ற நுகர்வோர் பாதுகாப்பு பன்னாட்டு மாநாட்டில் பிரதமர் சுட்டிக்காட்டியுள்ளார். 2500 ஆண்டுகளுக்கு முன்பு கௌடில்யர் காலத்தில் வணிகத்தை முறைப்படுத்துவது எப்படி? நுகர்வோரின் நலன்களை பாதுகாப்பது எப்படி என்பது பற்றியெல்லாம் அரசாங்கத்திற்கு வழிகாட்டி நெறிமுறைகள் கூறப்பட்டிருந்தன என்று அவர் குறிப்பிட்டார்.

நவீன இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கம், 1986ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்துடன் தொடங்குகிறது. பொருள்கள் வாங்கும் நுகர்வோருக்கும், சேவைகளைப்பெறும் நுகர்வோருக்கும் பாதுகாப்பு தரும் பல அம்சங்கள் இந்தச் சட்டத்தில் உள்ளன. இந்தச் சட்டம் நாடாளுமன்றத்தின் குளிர்காலக்கூட்டத்தொடரில் திருத்தம் செய்யப்பட உள்ளது.

பொருள்களுக்கு ISI குறியீடு, நகைகளுக்கு ஹால்மார்க் முத்திரை, பட்டுத்துணிகளுக்கு பட்டுக்குறியீடு, மனை, வீடு வர்த்தகத்தில் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படாமல் இருப்பதற்கு அண்மையில் கொண்டுவரப்பட்டுள்ள RERA ஒழுங்குமுறைகள் போன்றவை அரசாங்கம் கொண்டுவந்துள்ள பலவிதமான தரக்கட்டுப்பாட்டு வழிமுறைகள் ஆகும். அரசாங்கத்தின் DBT, Ujjawala போன்ற பிற திட்டங்களும் கூட, அரசாங்கத்திட்டங்களின் மூலம் ஆதாயம் பெறும் சாதாரண மனிதனை, ஏமாற்றுஉத்திகளுக்குப் பலியாகாமல் பாதுகாப்பதற்கான ஏற்பாடுகளாகும்.

குறைகளுக்கு நிவாரணம் தேடுவதற்கு இருக்கக்கூடிய வழிமுறைகள் பற்றி நுகர்வோர் அறிந்திருக்கவேண்டியது இன்னும் முக்கியமாகும். நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு என்பது நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தில் இடம் பெற்றுள்ளது. மக்கள் நீதிமன்றங்கள், மாவட்ட நுகர்வோர் மன்றங்கள், மாநில நுகர்வோர் மன்றங்கள், தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு ஆணையகம் போன்ற பல்வேறு அமைப்புகள் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோரின் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்காக உருவாக்கப்பட்டுள்ளன.

நுகர்வோரின் பாதுகாப்புக்காக பல்வேறு திட்டங்களை அரசாங்கம் உருவாக்கி செயல்படுத்திவந்த போதிலும் நுகர்வோர் உறுதியாக செயல்பட்டு நீதிகோரும் பொறுப்பை ஏற்றுக்கொள்ளவேண்டியது அவசியம். தங்களின் உரிமைகளை உறுதிப்படுத்திக்கொள்வதன் மூலம் நுகர்வோர் முன்நின்று செயல்படமுடியும். தர்ம சிந்தனை வீட்டில் இருந்து தொடங்குவதைப்போலவே, நுகர்வோர் பாதுகாப்பும் வீட்டில் இருந்துதான் தொடங்குகிறது.

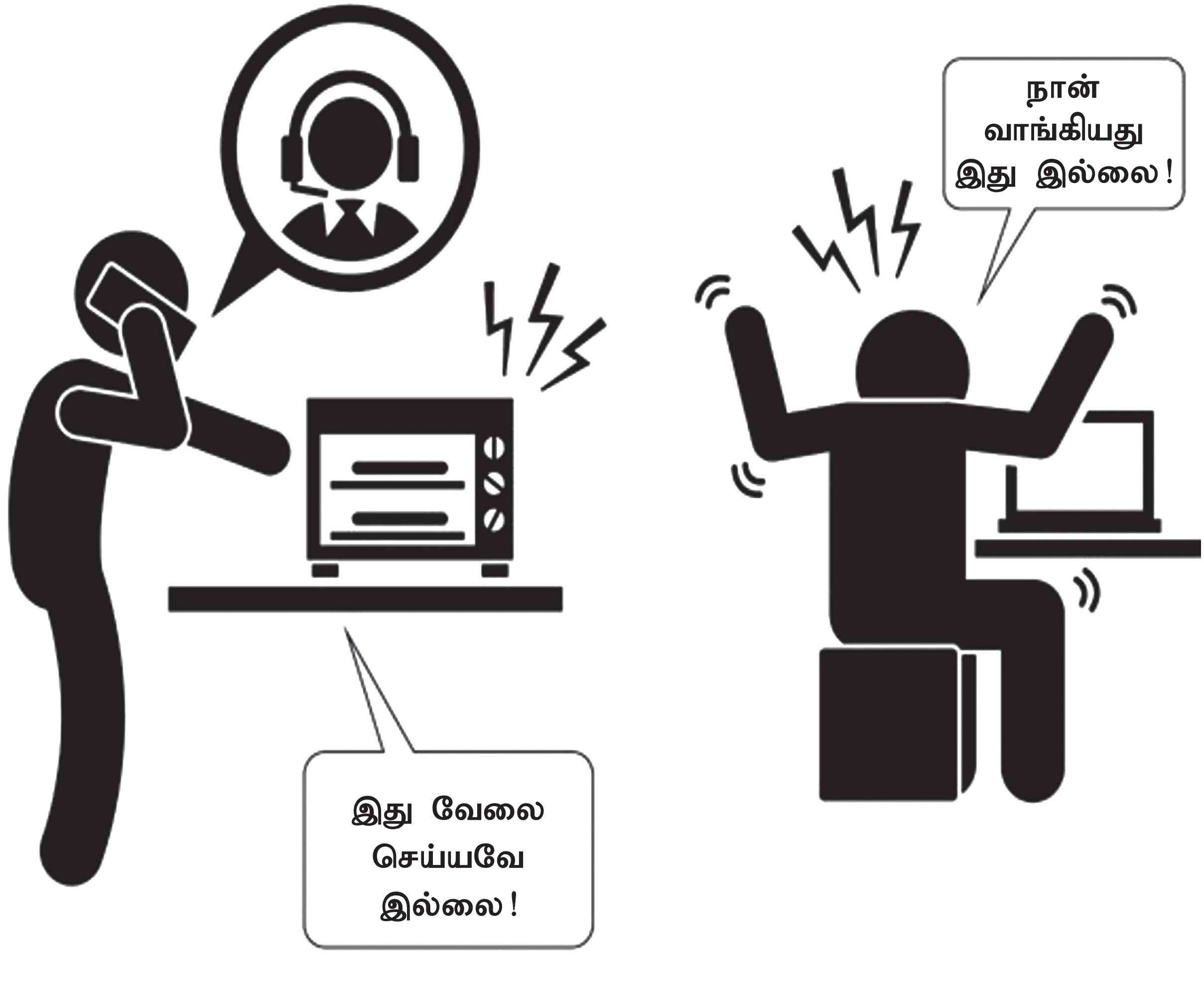
- ஆசிரியர்

தமிழ்நாட்டில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு

- சோ.மதுமதி

முன்னுரை

தமிழ்நாட்டில் வணிகச் சந்தையின் சமீபகால வளர்ச்சிப் பெருக்கத்தாலும், சிக்கலான அமைப்பினாலும், வேகமாக மாறிவரும் தொழில் நுட்பங்களாலும், பெருகிவரும் பல்வேறு சந்தைப் பொருள்களாலும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்த விழிப்புணர்வை நுகர்வோருக்கு ஏற்படுத்துவது என்பது மிகவும் சவாலான ஒன்றாகத் திகழ்கிறது. இருந்தபோதிலும், கல்வி மற்றும் தகவல் தொடர்பு உத்திகளைக்கையாண்டு, நுகர்வோருக்கு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்திட உணவுப்பொருள் வழங்கல் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத்துறை பல்வேறு வழிகளில் முயற்சி மேற்கொண்டுவருகிறது. புதிய விற்பனை உத்திகளைக் கண்டறிந்து அவற்றை நெறிப்படுத்துவதால் மட்டுமே, நுகர்வோர்



பாதுகாப்பினை உறுதி செய்ய இயலும். இதனை முக்கிய நோக்கமாகக் கொண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளை தமிழ்நாடு அரசு மேற்கொண்டு வருகிறது. மேலும், நுகர்வோருக்கு சட்ட விதிகளின்படி உரிய விலையில் நல்ல தரத்துடன் பொருள்கள் / சேவைகள் / தொழில் நுட்பங்கள் கிடைப்பதை உறுதி செய்யவேண்டும் என்பதை அடிப்படை நுகர்வோர் கொள்கையாக தமிழ்நாடு அரசு கொண்டுள்ளது, நுகர்வோர் தாங்கள் செலுத்தும் விலைக்குரிய மதிப்பைப் பெற்றிடவும் ஏமாறாமல் இருக்கவும், தக்க விழிப்புணர்வு நடவடிக்கையினை கீழ்க்காணும் இரண்டு வழிமுறைகளின்படி செய்துவருகின்றது.

1) நுகர்வோருக்கான உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் நடைமுறையில் உள்ள தீர்வு முறைகள் குறித்து விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துதல்
2) நுகர்வோர் குறைகளை உடனுக்குடன் தீர்வு செய்வதற்கு ஏதுவாக போதிய மனிதவளத்தையும், கட்டமைப்பையும் கொண்டு திறம்பட செயல்படக்கூடிய குறைதீர் அமைப்பை ஏற்படுத்துதல்.

நுகர்வோர் உரிமைகள்

நுகர்வோர் உரிமைகள் எட்டு வகையாகும் (நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் மற்றும் ஐ,நா.சபை கூட்டத்தில் வரையறுக்கப்பட்டது).

1) பாதுகாப்பிற்கான உரிமை
2) தகவலிற்கான உரிமை
3) விருப்பத்திற்கான உரிமை
4) பிரதிநிதித்துவத்திற்கான உரிமை
5) குறை தீர்ப்பதற்கான உரிமை
6) நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை
7) சுகாதாரமான சுற்றுச்சூழலுக்கான உரிமை
8) அடிப்படைத் தேவைகளுக்கான உரிமை

நுகர்வோர் குறைகளுக்கான சட்டப்படியான தீர்வுகள்

1986 ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் தேசிய, மாநில மற்றும் மாவட்ட நிலைகளில் நீதிமுறைச் சார்புடைய 3 அடுக்கு குறைதீர் மன்றங்கள் தோற்றுவிக்கப்பட்டுள்ளன :

1. தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையம்
2. மாநில நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையம்
3. மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றம்

நுகர்வோர் என்பவர் யார்?

பொருள்களையோ அல்லது சேவைகளையோ

- விலை கொடுத்தோ
- வாக்குறுதி கொடுத்தோ
- ஒரு பாதி பணம் செலுத்தி மறுபாதி வாக்குறுதி கொடுத்தோ - பொருள்களை வாங்கிப் பயன்படுத்துபவரையும், சேவைகளை அனுபவிப்பவரையும் நுகர்வோர் என்கிறோம்.

எனவே, நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ பணம் கொடுத்து பொருள்களை வாங்குபவர்களாகவும், சேவைகளை அனுபவிப்பவர்களாகவும் உள்ள நாம் அனைவரும் நுகர்வோரே.

1962ஆம் ஆண்டு மார்ச்-15 ஆம் தேதியன்று அமெரிக்காவின் முன்னாள் ஜனாதிபதி ஜான் எஃப் கென்னடி மார்ச்-15 ஆம் தேதியன்று நுகர்வோர் உரிமைகள் தினம் என அறிவித்ததன் அடிப்படையில் நுகர்வோர் உரிமைகள் தினம் கொண்டாடப்பட்டது, அதனை தொடர்ந்து 1973 ஆம் ஆண்டு, மார்ச் 15 ஆம் தேதியை உலக நுகர்வோர் உரிமைகள் தினமாக அனுசரிக்கத் தீர்மானிக்கப்பட்டது,

தேசிய நுகர்வோர் தினம் ஒவ்வொரு ஆண்டும் டிசம்பர் 24ஆம் தேதி கொண்டாடப்பட்டு வருகிறது, நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ம் ஆண்டு டிசம்பர் 24ஆம் தேதி நடைமுறைக்கு வந்ததன் நினைவாக இது கொண்டாடப்படுகிறது.

உணவுப்பொருள் வழங்கல் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத்துறை

பிறந்தது முதல் நமது வாழ்நாள் முழுவதும், நாம் அனைவரும் நுகர்வோராகவே இருக்கிறோம்.

நுகர்வோர் என்ற முறையில், நமது உரிமைகள் யாவை என்பது நமக்குத் தெரியுமா? நம்முடைய கடின

உழைப்பின் மூலம் ஈட்டிய வருவாயின் மூலம் வாங்கப்படும் பொருள்களோ, சேவைகளோ தரமற்றதாகவோ அல்லது தரம் குறைந்ததாகவோ நமக்குக் கொடுக்கப்படும் போது நமது உரிமையை எவ்வாறு நிலைநிறுத்துவது என்பது குறித்து நமக்குத் தெரியுமா? நுகர்வோர் கடமைகள் பற்றி நம்மிடையே விழிப்புணர்வு உள்ளதா?

இவ்வினாக்களுக்கான விடை தெரியாது என்பதே நமது பதிலாயின், இதற்கு நுகர்வோராகிய நம் மத்தியில் நிலவும் முயற்சியின்மையும், அறியாமையும் தான் காரணம்.

இந்நிலையை மாற்றிட, இந்திய அரசின் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, உணவு மற்றும் திட்ட அமைச்சகத்தின் கீழ் இயங்கும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத் துறையின் நிதி உதவியுடன் தமிழக அரசின் உணவு பொருள் வழங்கல் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத் துறை பல திட்டங்களை அறிமுகப்படுத்தி வருகிறது.

இதன் தொடக்கமாக இளைய சமுதாயத்தை எழுச்சியுடைய சமுதாயமாக்கிட பள்ளிகளிலும், கல்லூரிகளிலும் நுகர்வோர் மன்றங்கள் தொடங்கப்பட்டுள்ளன. மேலும், தமிழகத்தில் உள்ள அனைத்துப் பல்கலைக்கழகங்களிலும் நுகர்வோர் மன்றங்களை உருவாக்கிட இத்துறை முனைந்து வருகிறது.

இது போலவே கிராமம் மற்றும் நகர்புறங்களில் வசிக்கும் மகளிர் யாவரும் விழிப்புணர்வு பெறவேண்டும் என்ற அடிப்படையில், பஞ்சாயத்து அளவிலான கூட்டமைப்பு / சுய உதவிக்குழு

மகளிருக்கு, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பான விழிப்புணர்வுப் பயிற்சி நடத்தப்பட்டுள்ளது. மேலும், நடமாடும் ஊர்தி மூலம் அனைத்து மாவட்டங்களிலும் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு குறித்த குறும்படங்கள் காட்சிப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. அவ்வப்போது தமிழக அரசால் வெளியிடப்படும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்த விழிப்புணர்வு முகாம்கள் அனைத்து மாவட்டங்களிலும் நடத்தப்பட்டு வருகின்றன. நுகர்வோர் தங்கள் பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காண மாநில நுகர்வோர் சேவை மையம் அனைத்து வேலை நாட்களிலும் இத்துறையில் செயல்பட்டு வருகின்றது.

விழிப்புணர்வு மிக்க நுகர்வோரை உருவாக்க இத்துறை மூலம் பல்வேறு முயற்சிகள் எடுக்கப்பட்டு வருகின்றன.

மாநில நுகர்வோர் சேவை மையம்

“மாநில நுகர்வோர் சேவை மையம்” எனும் குறைதீர் பிரிவு உணவுப்பொருள் வழங்கல் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத் துறை ஆணையாளர் அலுவலகத்தில் நிறுவப்பட்டு 02.11.2009 தேதி முதல் செயல்பட்டுவருகிறது. தற்போது ஒரு மேலாளர் மற்றும் நான்கு தொலைபேசி அழைப்பாளர்கள் ஒரு வருடத்திற்கு ஒப்பந்த அடிப்படையில் பணிநியமனம் செய்யப்பட்டு, மாநில நுகர்வோர் சேவை மையம் செயல்படுகிறது, இந்த சேவை மையம் நுகர்வோர் பிரச்சனைகளுக்கு மாற்றுத்தீர்வு காணும் முறையில் செயல்பட்டுவருகிறது. நுகர்வோர் இம்மையத்தில் புகார் அளிக்கவும், நுகர்வோர் பிரச்சினை தொடர்பான ஆலோசனை பெறவும் இயலும். விற்பனையாளர் / சேவையாளரை தொடர்பு கொண்டு நுகர்வோர் குறைகளைக் களைதல், பிரச்சினைகளுக்கு உரிய ஆலோசனை மற்றும் விளக்கங்கள் அளித்தல் உள்ளிட்ட பணிகளை இம்மையம் ஆற்றுகிறது, இச்சேவை தமிழ், ஆங்கிலம் ஆகிய மொழிகளில் வழங்கப்படுகிறது. மாநில நுகர்வோர் உதவி மையத்தினை கீழ்க்காணும் வகைகளில் நுகர்வோர் தொடர்பு கொள்ளலாம்.

தொலைபேசி எண்	மின்னஞ்சல் முகவரி	ஆன்லைன் பதிவு சேவை இணைய தள முகவரி
04428592828	schtamilnadu@gmail.com consumer@tn.gov.in	www.consumer.tn.gov.in

தமிழ்நாடு நுகர்வோர் கவசம்

ஒவ்வொரு துறையிலும் நுகர்வோருக்கான உரிமைகள், தொடர்புடைய சட்டங்கள், தர நிர்ணயங்கள், விதிமுறைகள் தொடர்பான தகவல்கள் வழங்கும் வகையில் சிறப்புற வடிவமைக்கப்பட்ட மாத வெளியீடு ‘‘தமிழ்நாடு நுகர்வோர் கவசம்’’ என்ற பெயரில் ஒவ்வொரு மாதமும் அச்சிட்டு அரசு அலுவலகங்கள், தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள், அரசு பொது நூலகங்களுக்கு விநியோகிக்கப்படுகிறது. இந்திய செய்தித்தாள் பதிவாளர் அமைப்பில் முறையாக பதிவு செய்யப்பட்டுள்ள இந்த மாத வெளியீடு ரூ.10/- என விலை நிர்ணயம் செய்யப்பட்டுள்ளது. தற்போது இம்மாத வெளியீடு 9000 பிரதிகள் அச்சிடப்படுகிறது.

உலக நுகர்வோர் உரிமைகள் தினம் மற்றும் தேசிய நுகர்வோர் தினம் - விழா கொண்டாடுதல்

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வினை மாநிலத்தில் அனைத்து தரப்பு மக்களிடையேயும் ஏற்படுத்திடும் நோக்கில், பல்வேறு விழாக்களை நடத்தி டிசம்பர் 24இல் ‘‘தேசிய நுகர்வோர் தினம்’’, மார்ச் 15இல் ‘‘உலக நுகர்வோர் உரிமைகள் தினம்’’ ஆகியவை கொண்டாடப்பட்டு வருகின்றன. மாவட்ட / வட்ட அளவில் நடத்தப்படும் விழாக்களின் போது, நாட்டுப்புறப்பாடல், கலந்துரையாடல், கண்காட்சிகள், நாடகங்கள் ஆகியவற்றுடன் படம் வரைதல், பேச்சுப்பேட்டி போன்ற பல்வேறு வகையான போட்டிகள், பள்ளி / கல்லூரி குடிமக்கள் நுகர்வோர் மன்றங்கள் மூலம் நடத்தப்பட்டு வருகிறது. மேலும்,

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு / விழிப்புணர்வு / கல்வி / பயிற்சிக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கும் வகையில் பள்ளி / கல்லூரி குடிமக்கள் நுகர்வோர் மன்றங்கள் ஒருங்கிணைந்து பேரணிகள் நடத்தி வருகின்றன.

நீங்கள் கெட்டிக்கார நுகர்வோரா?

ஆம் எனில், பொருள் வாங்கும் போதும், சேவை பெறும் போதும்

- உரிய ரசீது கேட்பீர்
- எம்.ஆர்.பி. விலையை விட கூடுதல் விலை செலுத்தாதீர்
- போலி விளம்பரங்களால் ஏமாறமாட்டீர்
- ஐ.எஸ்.ஐ. முத்திரையிட்ட / தரமான பொருளை வாங்குவீர்
- எடை அளவை சரிபார்த்து வாங்குவீர்
- தயாரிப்பு மற்றும் காலாவதி தேதி பார்த்து வாங்குவீர்
- ஏமாற்றப்பட்டால் உடன் புகார் செய்வீர்

- **சோ.மதுமதி**, தமிழ்நாடு அரசு உணவுப்பொருள் வழங்கல் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத்துறை ஆணையாளர்.

●

அலுவலக இடமாற்றம்

திட்டம் மாத இதழின் அலுவலகம் மாற்றப்பட்டுள்ளது. சென்னை, பெசன்ட் நகர், இராஜாஜி பவனில் A Wing தரைதளத்தில் உள்ள இந்திய அரசின் புத்தக வெளியீட்டுப்பிரிவு அலுவலகத்தில் இருந்து திட்டம் அலுவலகமும் செயல்படும்.

திட்டம், யோஜனா, குருஷேத்ரா நடப்பு இதழ்களும், பழைய இதழ்களும் இந்த அலுவலகத்தில் விற்பனைக்கு உள்ளன. இந்திய அரசின் வெளியீட்டுப்பிரிவு வெளியிட்டுள்ள தமிழ், ஆங்கிலம், இந்தி மொழி புத்தகங்களும் இங்கு காட்சிக்கும், விற்பனைக்கும் வைக்கப்பட்டுள்ளன.

வெளியீட்டுப்பிரிவின் வெளியீடுகள் அனைத்தையும் ஒரே இடத்தில் நீங்கள் பெற்றுக்கொள்ள முடியும்.

திட்டம் இதழ் பற்றிய தொடர்புகளுக்கும், வெளியீட்டுப்பிரிவின் வெளியீடுகளை ஒரே இடத்தில் பெறவும் நீங்கள் தொடர்புகொள்ள வேண்டிய முகவரி:

திட்டம் மாத இதழ்

A Wing

இராஜாஜி பவன்

பெசன்ட் நகர்

சென்னை 600 090.

தொலைபேசி: 044 - 24917673.

நுகர்வோர் உரிமைகளும், விழிப்புணர்வும் : கொள்கைசார் நோக்கு

- அவினாஷ் K. ஸ்ரீவத்சவா

இந்திய அரசியலமைப்புச் சட்டத்தில் அரசுகள் மேற்கொள்ளவேண்டிய கொள்கை முனைவுகள் கூறப்பட்டுள்ளன. நீதிமன்றங்களால் வற்புறுத்தப்பட முடியாது என்றாலும் கூட நாட்டு நிர்வாகத்திற்கு அவை அடிப்படையாகும். ஆகவே, இது அரசுகளின் கடமையுமாகும். அரசுகள், மக்களின் நலன்களைப் போற்றி சிறப்பான சமூக அமைப்பை உருவாக்கிப் பாதுகாக்கவேண்டும். மக்களுக்கு சமூகப் பொருளாதார அரசியல் நீதிகளை அதில் உள்ள அனைத்து அமைப்புகளும் வழங்கவேண்டும். இந்திய அரசியலமைப்புச் சட்டத்தின்படி தனி மனிதர்களின் உரிமைகளையும், கண்ணியத்தையும், நலன்களையும் பேணிக்காக்கவேண்டிய நிலையில் தனி ஒருவரை நுகர்வோராகவும், வாடிக்கையாளராகவும் மதிக்கவேண்டும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது, நியாயமான வர்த்தகப் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்வதாகும். மக்களுக்கு தரமான பொருட்களும் திறனான சேவைகளும் வழங்கப்படவேண்டும். நுகர்வோருக்கு பொருட்களின் தரம், அளவு, வீரியம், உட்கூறு மற்றும் விலை ஆகியவை தெளிவாக அளிக்கப்பட்டு அவர்கள் எதை வாங்க விரும்புகிறார்களோ அதற்கு வாய்ப்புகள் அளிக்கப்படவேண்டும். இந்தியாவில், நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கத்துக்கும் ஒரு முக்கிய மைல்கல்லாக அமைந்திருப்பது 1986இல் இயற்றப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டமாகும். இது, எல்லா பொருள்களையும், சேவைகளையும் உள்ளடக்கிய மிகவும் முன்னேற்றமான, முழுமையான சட்டமாகும். தண்டனை வழங்குதல், குற்றங்களைத் தடுத்தல் ஆகியவற்றைக் கொண்ட மற்ற சட்டங்களைப் போல் அல்லாமல், இந்தச் சட்டத்தில் இழப்பீடு வழங்குவதற்கும் வழிவகை செய்யப்பட்டுள்ளது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் 6ஆவது பிரிவின்படி நுகர்வோருக்கு ஆறு அடிப்படை உரிமைகள் வழங்கப்பட்டுள்ளன. அவையாவன :

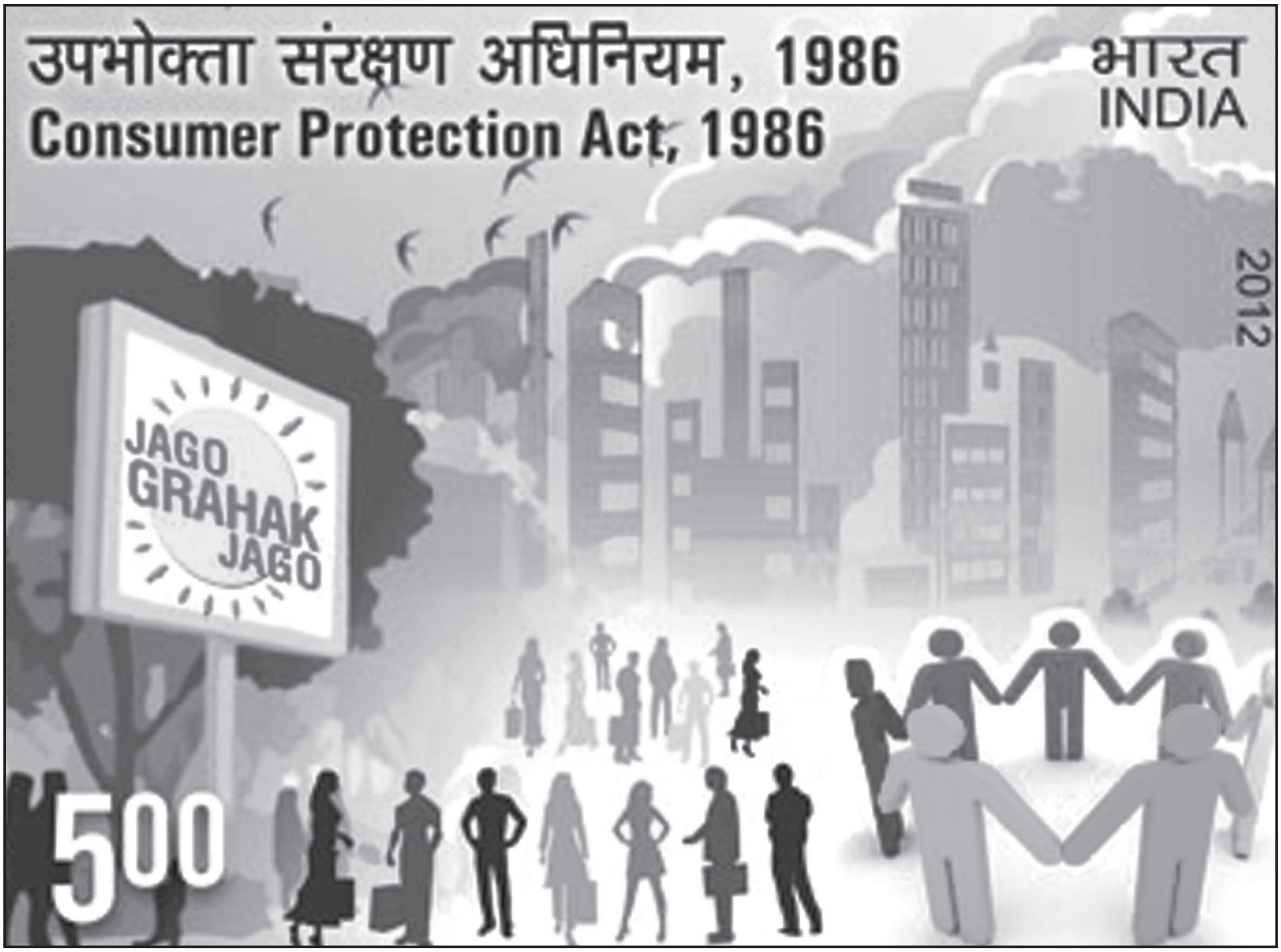
1. **பாதுகாப்பு உரிமை**: மக்களின் உயிருக்கும் உடமைகளுக்கும் பாதுகாப்பு. ஆபத்தான பொருள்களையும், சேவைகளையும் வழங்குவதிலிருந்து நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு அளிக்கப்பட்டுள்ளது. ஒரு பொருளோ, சேவையோ மக்களின் உயிருக்கும் உடமைகளுக்கும் பாதகமாக இருக்குமானால் அது பற்றிய முழு விளக்கங்களும், அந்தப் பொருள்களையும், சேவைகளையும் எப்படி பத்திரமாக பயன்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பதும் அளிக்கப்படவேண்டும்.
2. **தகவல் பெறும் உரிமை**: நியாயமற்ற வர்த்தகச் செயல்பாடுகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கும் வண்ணம் ஒரு பொருள் அல்லது சேவை பற்றிய தரம், அளவு, வீரியம், சுத்தம் மற்றும் விலை சார்ந்த தகவல்களைப் பெறும் உரிமை மக்களுக்கு உண்டு. மக்கள் தங்களுக்கு ஏற்ற விலையையும், வாழ்க்கைத்தர உருவாக்கத்திலும் உள்ள பொருட்களை / சேவைகளை பெறுவதற்கு உரிமை இருக்கவேண்டும்.
3. **தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை**: போட்டிமிக்க விலைகளில் பலவகையான சேவைகளையும்,

பொருள்களையும் தேர்ந்தெடுத்துப் பயன்படுத்தும் உரிமை நுகர்வோருக்குத் தேவை. இது அல்லாமல், நியாயமான போட்டிமிக்க விலையில் சேவைகளும், பொருள்களும் வழங்கப்பட வேண்டும்.

4. **நுகர்வோர் எடுத்துரைக்கும் குறைகளைக் கேட்கும் உரிமை:** இந்த உரிமை நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் அளிக்கப்படும் மிக முக்கியமான ஒன்றாகும். நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகளை சம்மந்தப்பட்ட நுகர்வோர் அமைப்பிடம் எடுத்துச்சென்றால் அது கேட்கப்படும் என்ற உத்திரவாதம் தேவை.

5. **குறைகளுக்கு ஏற்ற நிவாரணம் பெறும் உரிமை:** நியாயமற்ற வர்த்தகச் செயல்பாடுகளாலும், வர்த்தகமுறைகளாலும் ஏற்படும் இழப்புகளைப் பற்றி சம்மந்தப்பட்ட நுகர்வோர் அமைப்பிடம் எடுத்துரைக்கும்போது, அந்த அமைப்பிற்கு நுகர்வோருக்கு இழப்பீடு வழங்கும் உரிமை இருக்கவேண்டும்.

6. **விழிப்புணர்வு உரிமை:** சந்தையில் உள்ள செயல்முறைகள் மற்றும் நுகர்வோர் பாதிக்கப்பட்டால் அதற்கான தீர்வு பற்றி நுகர்வோருக்கு விழிப்புணர்வு உரிமை தேவை. இதற்காக, ஊடகங்களையும் பள்ளி, கல்விமுறைகளையும், கலாச்சார நிகழ்வுகளையும் பயன்படுத்திக்கொள்ள வேண்டும்.



வாங்கப்பட்ட சேவை அல்லது பொருளில் குறைபாடுகள் ஏதும் இருந்தால் அல்லது வர்த்தகப் பரிவர்த்தனை முறையில் குறைபாடுகள் இருந்தால் அதன் தயாரிப்பாளர் அல்லது

வியாபாரிக்கு எதிராக வழக்குகள் தொடர்வதற்கு, முன்பு இருந்த சிவில் நீதிமன்றம் மற்றும் பிற தீர்வுகளுக்குப் பதிலாக மூன்றடுக்கு குறைதீர்க்கும் அமைப்பை இந்தச் சட்டம் ஏற்படுத்தியுள்ளது. நுகர்வோரின் குறைகளுக்கு எளிதாகவும், விரைவாகவும் மலிவாகவும் நீதி கிடைக்க இந்தச் சட்டம் வழிவகை செய்துள்ளது. நுகர்வோருக்கு தகுந்த அளவிலான குறிப்பிட்ட நிவாரணங்களையும் தீர்ப்புகளையும் வழங்குகிறது.

விவரம் அறிந்த நுகர்வோரின் ஆதரவோடுதான் பொதுச்சந்தைப் பொருளாதாரம் சிறப்பாகச் செயல்படமுடியும். ஆகவே, பொருள் / சேவைக்கு உற்பத்தியாளர்களுக்கும் அவற்றை நுகர்வோருக்குமிடையே சமநிலை ஏற்படுத்த நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு உதவிசெய்யும். இந்த விழிப்புணர்வினால், நுகர்வோருக்கு வர்த்தகம் சார்ந்த தவறுகளிலிருந்து தீர்வும், தான் விரும்பியதைத் தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமையும் இருக்கிறது. நுகர்வோர் உரிமை பற்றி சிறந்த விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த அவர்களுக்கான உரிமை மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றி விளம்பரங்கள் மூலமும், விழிப்புணர்வு இயக்கங்கள் மூலமும் தகவல்கள் அளிக்கப்பட வேண்டும். பெண்கள், குழந்தைகள், மாணவர்கள், விவசாயிகள், கிராமப்புறமக்கள் மற்றும் உழைக்கும் மக்களுக்கு தனிக்கவனம் செலுத்தப்படவேண்டும். இந்தியாவில், 125 கோடி மக்கள்தொகை உள்ளதாலும் பெரும்பான்மையானவர்கள் கிராமப்புறங்களில் வசிப்பதாலும் நாடெங்கிலும் பல ஊடகங்களின் மூலம் நுகர்வோர் உரிமை மற்றும் பொறுப்புகளை பற்றி அரசு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்திவருகிறது. "நுகர்வோரே விழித்திருங்கள்" முழக்கம் சர்வசாதாரணமாகி விட்டது.

பெருமளவிலான மக்களுக்குச் சேவை செய்யும் அரசுத் துறைகள் மற்றும் நிறுவனங்களோடு இணைந்து கூட்டு விளம்பரப்பரப்புரைகளை மேற்கொண்டுள்ளது. உதாரணமாக, உணவுத்துறையில் உணவுப் பாதுகாப்பு மற்றும் இந்தியத்தரவாரியத்தோடு இணைந்தும், நிதிசார் சேவைகளில் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியோடு இணைந்தும், மருந்துகள் விஷயத்தில் தேசிய மருந்துப்பொருள்கள் விலைநிர்ணய வாரியத்தோடு இணைந்தும். இந்தப் பரப்புரைகள் தொலைக்காட்சி, வானொலி, செய்திப்பத்திரிக்கைகள், சாலையோர விளம்பரங்கள் மூலம் செய்யப்படுகின்றன. நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு இயக்கங்கள் மத்திய அரசின் ஒலி மற்றும் காட்சி விளம்பரத்துறை மூலமாக செய்யப்படுகிறது. கிராமப்புறப் பகுதியிலுள்ள மக்களுக்கு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்த பெருவாரியான மக்களை ஈர்க்கும் கிராமப்புறக் கண்காட்சிகள் மற்றும் பண்டிகைக்கால நிகழ்வுகளில் அரசு கலந்துகொள்ளும்.

நாம் எல்லோருமே நுகர்வோர்தான். நுகர்வோரின் தன்மைகளும் வேகமாக மாறிக்கொண்டே வருகின்றன. 1950களிலிருந்தே நுகர்வோரின் தன்மை மாற்றம் கண்டு வரும் கலாச்சார, சமூகப்பொருளாதார, தொழில்நுட்பத் தாக்கங்களினால் வெகுவாக மாறிக்கொண்டே வருகிறது. இதோடுகூட மக்கள்தொகை இப்போது அதிகமாக இடம் விட்டு இடம் பெயர்வதாலும், புதிய புதிய பொருள்களும், சேவைகளும் உற்பத்தியாவதாலும், புதிய வகையான தகவல்களும், வாங்கும் முறைகளும் மாறியுள்ளதாலும் மக்களின் அபிப்ராயங்களும், விசுவாசங்களும் மாறிக்கொண்டே வருவதாலும் நுகர்வோரின் தன்மை வெகுவாக மாறிக்கொண்டே வருகிறது.

ஆனால், பலவகையான பொருள்களும், சேவைகளும் கிடைப்பதாலும் அவைகளின் பலதரப்பட்ட தரநிலைகளாலும் மக்கள் தங்களுக்கேற்ற பொருளையோ, சேவையையோ தேர்ந்தெடுப்பது சுலபமல்ல. மேலும், புதிய விளம்பரஉத்திகளால், தேவையற்ற பொருளையும் தேவைகளாகக் கோர ஊக்கப்படுத்தப் படுகின்றனர். வியாபாரம் மற்றும் விளம்பரத் துறைகளின் தகவல்களை நுகர்வோர் துல்லியமாக கிரகிக்கமுடியாது. நுகர்வோருக்கு

உண்மையிலேயே தேவையான பொருள்களுக்கும், தேவை என்று உணர்த்தப்படும் பொருள்களுக்கும் உள்ள வித்தியாசம் சார்ந்த விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த வேண்டும். அவர்களுக்குத் தேவையான பொருள்களை மட்டும் தேர்ந்தெடுக்க உதவவேண்டும். இது மட்டுமல்லாமல், நுகரப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளினால் ஏற்படும் சீர்குலைவு பற்றியும் அவர்களுக்கு விளக்கவேண்டும்.

இந்த விழிப்புணர்வுப் பரப்புரைகள் ஒரு வியாபாரத்திற்கு எதிராக இருப்பதாகக் கருதாமல் உண்மையிலேயே சாதகமாகக் கருதவேண்டும். நுகர்வோர் உண்மையிலேயே சிறந்த பொருள்களையும், சேவைகளையும் தேர்வு செய்கிறார்கள்; அவர்களுக்கு எதிர்பார்ப்புகள் அதிகம். இவைகளினால் பொருள்கள் மற்றும் சேவைகள் வழங்கும் நிறுவனங்கள் போட்டி போட்டுக்கொண்டு தங்களுடைய தரத்தை உயர்த்துகிறார்கள்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டச்செயல்பாடு, வெற்றியே என்று கருதினாலும் நுகர்வோருக்குத் தேவையான அளவு நலன் இன்னும் கிடைக்கவில்லை. அதற்கு முக்கிய காரணங்கள், தரமான உள் கட்டமைப்பு வசதிகள் இல்லாமை, சுகாதாரம், பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுப்புறச்சூழலைப் பாதிக்கும் ஒழுங்குமுறை பற்றாக்குறை மற்றும் பல பொருள்களுக்குத் தேவையான அடிப்படை தரநிர்ணயம் இல்லாததுமேயாகும்.

பொதுவாக, பல வியாபார நிறுவனங்களில்கூட தரக்கட்டுப்பாடு பற்றி போதிய விழிப்புணர்வு இல்லை. இதனால், தரம், போட்டி மற்றும் இலாபகரம் சார்ந்த உணர்வுகள் அவர்களுக்கு முழுவதுமாக இல்லை. நுகர்வோரிடம் சரியான விழிப்புணர்வு இல்லாததால் அவர்களுக்கும் தரமான பொருட்கள், சேவைகள் பற்றிய உணர்வுகள் இல்லை. மொத்தத்தில் நாட்டில் தரம்சார் கலாச்சாரமே இல்லை இந்தியப்பொருள்களின் தரம் உயர்ந்து அவை உலகத்தரத்திற்கு இணையாக உயரவேண்டும் என்றால் அதற்கான உத்வேகம் நம்நாட்டிற்குள் இருந்து உருவாகவேண்டும்.

இதன் தொடர்பாக, சமீபத்தில் இந்தியத் தரநிர்ணய வாரியச்சட்டம் திருத்தப்பட்டுள்ளது. அதுபோலவே, நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986 பெருமளவு திருத்தப்பட்டு, தற்போது இது சார்ந்த ஒரு புதிய சட்டம் சிறப்பாக செயல்படவும் உபயோகமானதாகவும் அறிமுகப்படுத்தப்பட உள்ளது. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 30 வருடங்களாகச் செயல்பட்டுவருகிறது. 2015ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டமுன்வடிவும், புதிதாக இயற்றப்பட்டுள்ள இந்தியத் தரநிர்ணய வாரியச்சட்டம் 2016 ஆகிய இரண்டும் இந்த முன்னேற்றத்திற்கான திட்டங்களாகும்.

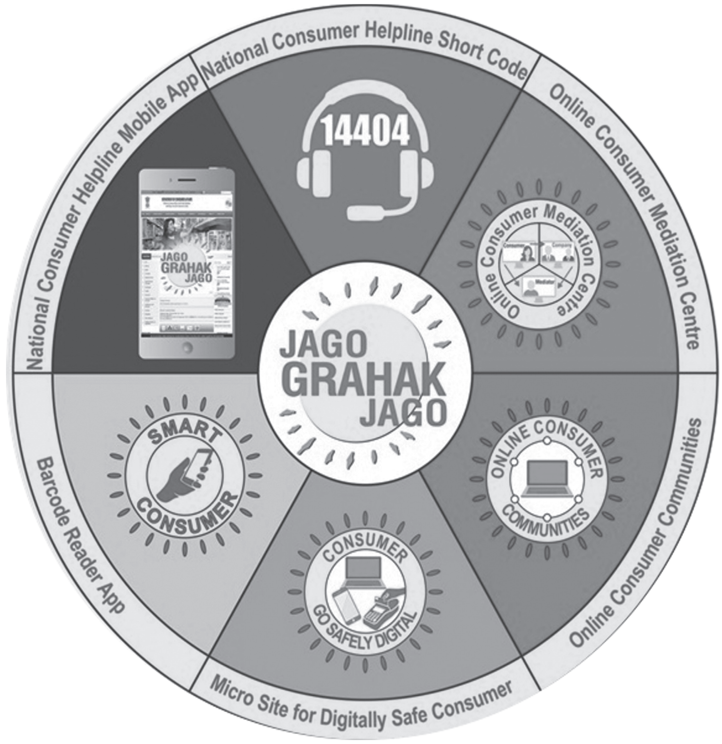
நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்ட முன்வடிவின் முக்கிய அம்சங்கள் பின் வருவன: a) மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம் என்ற செயல் அமைப்பை நிறுவி அதன் மூலம் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் போற்றிப் பாதுகாத்துச் செயல்படுத்துதல். நியாயமற்ற வர்த்தகப்பரிவர்த்தனைகள் ஏற்படும்போது, அவைகளிலிருந்து நுகர்வோரைக் காப்பாற்ற இந்த ஆணையம் செயல்படும். அதன்படி விற்கப்பட்ட பொருளைத் திருப்பி அனுப்பும் உரிமை வழங்கப்படும். b) எந்தவொரு பொருளையும் பயன்படுத்தும்போதும், பயன்படுத்துபவர்களுக்கோ, மற்றவர்களுக்கோ அதனால் காயங்களோ, மரணமோ பொருள்சேதமோ ஏற்பட்டால் அந்தப்பொருளின் உற்பத்தியாளர் மீது வழக்கு தொடரப்படும். c) நுகர்வோர் வழக்குகளுக்கு தீர்வு அளிக்கும் ஒரு மாற்று வழியாக “சமரச” முறையைப் பயன்படுத்தி அதற்கு சட்ட வடிவம் அளித்து தற்போதுள்ள சிக்கலான தீர்வுமுறைக்குப் பதிலாக எளிதான தீர்வு முறைகளை உருவாக்குதல். d) நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மன்றங்களில் வழக்குகளின் தீர்வை எளிமையாக்க

நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றன. இவைகளாவன: நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மன்றங்கள் ஏற்றுக்கொள்ளும் வழக்குகளின் பணமதிப்பு உச்சவரம்பை உயர்த்துவது. இந்த மன்றங்களில் இருக்கவேண்டிய குறைந்த பட்ச உறுப்பினாகளின் எண்ணிக்கையை உயர்த்துவது, வழக்குகளை விரைவில் முடிப்பது. மாவட்ட, மாநில அமைப்புகள் தங்களுடைய தீர்வுகளைத் தாங்களே மறுபரிசீலனை செய்யும் உரிமை

அளித்தல். வழக்குகளை விரைந்து விசாரித்து தீர்வு அளிக்க சிறப்பு அமர்வுகளை அமைத்தல். மாவட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மையங்களின் உறுப்பினர்களையும், தலைவர்களையும் நியமிப்பதில் சீர்திருத்தங்கள். நுகர்வோர் தங்களுடைய வழக்குகளை வலைதளம் மூலம் பதிவுசெய்தல்; நுகர்வோர் தங்கியுள்ள பகுதியில் செயல்படும் மன்றங்களில் வழக்குகளைப் பதிவுசெய்யும் உரிமை, நுகர்வோரின் ஒரு வழக்கை ஏற்றுக்கொள்ளமுடியுமா, முடியாதா என்பதைத் தீர்மானிக்க காலக்கெடு 21 நாட்களாகக் குறைப்பு.

தற்போது வளர்ச்சியடைந்துள்ள எல்லா நாடுகளிலும் பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளின் பல அளவுகளைக் கண்காணிக்கும் அமைப்பு அரசாங்கம் சார்ந்தவைகளாக உள்ளது. அந்தந்த சமுதாயங்கள் நாட்டின் பொருளாதார நலனுக்கும் மேம்பாட்டுக்கும் எவ்வளவு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றன என்பதை இது உணர்த்துகின்றது. இதற்கு இந்தியா விதிவிலக்கு அல்ல. பண்டைக்காலங்களிலிருந்தே இந்தியஅரசு சந்தையில் நியாயமான நடவடிக்கைகளைப் போற்றிவருகிறது. பொருள்களின் எடை நேர்மையாகவும் ஒரே சீராகவும் இருப்பதற்காக எடை மற்றும் பிற அளவைகள் சார்ந்த முதல் சட்டம் எடை மற்றும் அளவைத்தரங்கள் சட்டம் என 1956இல் இயற்றப்பட்டது. இது, மெட்ரிக் அளவின் அடிப்படையில் உருவாக்கப்பட்டது.

தற்போது உலகளவில், அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியினாலும், உலகமயமாக்கப்பட்ட பொருளாதாரத்தினாலும் எடை மற்றும் பிற அளவைத் தொழில்நுட்பங்கள் மிகவும் மேம்பட்டுள்ளன. வாங்கப்படும் /



விற்கப்படும் பொருள்களின் எடை, அளவு, எண்ணிக்கையை ஒரே விதமாக சீர்படுத்த 2009இல் சட்டப்பூர்வமான அளவைச்சட்டம் இயற்றப்பட்டது. அது, 1.4.2011லிருந்து செயல்பட்டது. இந்தச்சட்டம், 1976லிருந்து செயல்பட்டு வந்த எடை மற்றும் அளவைகள் தர நிர்ணயச்சட்டத்தையும் 1985ஆம் ஆண்டின் சட்டத்தையும் சீர்திருத்திச் செய்யப்பட்டது.

சட்டப்படியான அளவைகளைச் செயல்படுத்துவதில் மத்திய, மாநில அரசுகள் இரு சாராருக்குமே பொறுப்புண்டு. தேசிய அளவிலான கொள்கைகள், குறிப்பாக எடை, அளவைகள் குறித்த சட்டங்கள், தொழில்நுட்ப நெறிமுறைகள், பயிற்சிகள், துல்லிய ஆய்வுக்கூடங்கள், பன்னாட்டு வழிமுறைகளைப் பின்பற்றுதல் ஆகியவை மத்திய அரசின் பொறுப்பாகும். இவற்றை அன்றாடம் செயல்படுத்துவது மாநிலங்கள் மற்றும் யூனியன் பிரதேசங்களின் பொறுப்பாகும்.

எடை மற்றும் பிற அளவைகளுக்கான சட்டப்படியான தரங்களை அகமதாபாத், புவனேஷ்வர், பெங்களூரு, ஃபரிதாபாத், குவாஹாட்டி, நாக்பூர் மற்றும் வாரணாசியிலுள்ள ஆய்வு மையங்களில் தேவைக்கேற்ற நேரத்தில் சரிசெய்துகொள்ளலாம். இவைகள் மாநில, யூனியன் பிரதேச அரசுகளுக்கு மட்டுமல்லாமல், தனியாருக்கும் பயன்படும். இந்த ஆய்வு மையங்கள் எடை மற்றும் அளவைப் பொருள்களையும், இயந்திரங்களையும் துல்லியமாக கணிக்க ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட அமைப்புகளாகும்.

நுகர்வோரின் பிரச்சினைகளுக்கு மாற்றுத்தீர்வு அளிக்கும் வகையில் மத்தியஅரசு தேசிய நுகர்வோர் உதவித்தொடர்பை ஏற்படுத்தியுள்ளது. அதற்கு கட்டணமில்லா எண்களான 1800-11-4000 அல்லது 14404ஐ அணுகலாம். இந்தத்தொடர்பில் இலவசமாக ஆலோசனைகள், தகவல்கள், வழிகாட்டுதல்கள் அளிக்கப்பட்டு நுகர்வோருக்கு ஆளுமை அளிக்கப்படுகிறது. நுகர்வோரின் எண்ணங்களுக்கும், குறைகளுக்கும் ஏற்ற வகையிலும், உலகத்தரத்திலும் தங்களுடைய செயல்பாட்டை வியாபார நிறுவனங்கள் மாற்றியமைத்துக் கொள்ள இந்தத்தொடர்பு உதவும். இந்தத்தொடர்பு மையம் 325க்கும் மேற்பட்ட பெரிய நிறுவனங்களோடு தொடர்புகொண்டு நுகர்வோரின் குறைகளை பரிவர்த்தனை செய்து நுகர்வோருக்கு பதில்களைப் பெற்றுத்தருகின்றன.

இன்கிராம் (INGRAM): இன்கிராம் என்று அழைக்கப்படும் ஒரு ஒருங்கிணைந்த குறை தீர்க்கும் அமைப்பு வலைதளம் ஒன்றை மத்தியஅரசு துவக்கியுள்ளது. இதில், சம்மந்தப்பட்ட நுகர்வோர், மத்திய, மாநில அரசு அமைப்புகள், தனியார் நிறுவனங்கள், ஒழுங்குமுறை அமைப்புகள், குறைதீர்க்கும் அமைப்புகள், கால் சென்டர்கள் ஆகியவை இருக்கும். இந்த வலைதளம் மூலம் நுகர்வோருக்கு அவர்களுடைய உரிமைகளை எப்படிப் பாதுகாத்துக்கொள்வது என்பவை

சார்ந்த தகவல்கள் அளிக்கப்படும். இந்த வலைதளம் மூலம் நுகர்வோர் தங்களுடைய குறைகளை நேரடியாகப் பதிவுசெய்யலாம். இந்த வலைதளம் மூலம் தேசிய நுகர்வோர் உதவித்தொடர்பும் கிடைக்கும். மக்கள் எளிதாகப் பயன்படுத்தும் வகையில் செல்பேசி செயலியும், 14404 என்ற எண்ணும் நாடெங்கிலும் பிரபலப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

மாநில நுகர்வோர் உதவித்தொடர்புகள்: மாற்றுத்தீர்வுகளுக்காக நுகர்வோருக்கென மாநிலஅளவில் அந்தந்த அரசுகள் உதவித்தொடர்பு மையங்களை அமைத்து சமரசம் மூலம் நுகர்வோர் குறைகளுக்குத் தீர்வுகள் காணப்படுகின்றன.

எளிதான நுகர்வோர் செயலி

மத்திய அரசு "ஸ்மார்ட் கன்ஸ்யூமர்" என்ற கைபேசி செயலியை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. இதனைப் பயன்படுத்தி ஒரு பொருளின் மீது அச்சடிக்கப்பட்டிருக்கும் பார் கோடை ஸ்கேன் செய்து, பொருளைப்பற்றியும் தயாரிப்பாளர் பற்றியும், எந்தவருடம், எந்தமாதம் தயாரிக்கப்பட்டது, மொத்த கொள்ளளவு, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விளக்கங்கள் ஆகியவற்றைத் தெரிந்து கொண்டு பழுதான பொருளாக இருப்பின் குறைகளைத் தெரிவிக்கலாம்.

திசை திருப்பும் விளம்பரம்சார் குறைகள்

தவறான தகவல்கள் அளிக்கும் விளம்பரங்கள் சார்ந்த புகார்களை அளிக்க காமா என்ற வலைதளத்தை அரசு உருவாக்கியுள்ளது. விளம்பரத்தின் மாதிரியை இணைத்து, நுகர்வோர் தங்களுடைய குறைகளை அனுப்பலாம்.

கணிணி மூலம் குறைகளுக்குத் தீர்வு :

மத்திய அரசின் நுகர்வோர் பிரிவு அமைச்சகத்தின் கீழ் செயல்படும் பெங்களூருவில் உள்ள தேசிய சட்டப்பல்கலைக்கழகத்தின் கீழ் இயங்கும் நுகர்வோர் சமரசமையம் மூலம் நுகர்வோர் நேரடியாகவும், வலைதளம் மூலமாகவும் தீர்வு பெறமுடியும். நவீன தொழில்நுட்பத்தின் மூலம் கணினி மூலமாகவே நுகர்வோர் தங்களுடைய குறைகளுக்கு சிறந்த தீர்வினைப் பெறமுடியும். இதனால், மக்களுக்கு எளிய முறையில் விரைவாக நிவாரணம் கிடைப்பதோடு, வியாபாரிகளும் நுகர்வோரோடு நல்ல தொடர்பு வைத்துக்கொள்ள முடியும்.

வலைதளம்சார் நுகர்வோர் அமைப்புகள்

வலைதளம் மூலம் மக்கள் கூடி குறைகளை விவாதிக்கும் வலைதள மேடைகளை அரசு அமைக்கிறது. இதன் மூலம் அரசு, உள்ளாட்சி அமைப்புகள், பிற நிறுவனங்கள், மற்ற அமைப்புகள் ஆகியவற்றோடு பொதுமக்கள் தொடர்பு கொள்ளலாம்.

வலைதள பாதுகாப்புசார் பரப்புரை

இந்தியாவில் தற்போது மிக அதிகமான எண்ணிக்கையிலான வலைதள பயன்பாட்டாளர்கள் உள்ளனர். மின்மயமாக்கல் வெகுவாக வளர்ந்து வரும் வேளையில் நுகர்வோர் வலைதளம் மூலம் வியாபாரப் பரிவர்த்தனைகள் செய்வதில் பாதுகாப்பு சார்ந்த தகவல்கள் மிகவும் அவசியமாகும். ஆகவே, மத்திய அரசு சில தனியார் நிறுவனங்களோடு இணைந்து, மின்னணு கல்வி மற்றும் பாதுகாப்பு சார்ந்த பயிலரங்கங்களை நடத்துகிறது.

நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதில் பொருள்களின் தரத்தைப் பொதுவாக்குவது மிகவும் அவசியமாகும். இதற்காக அரசு, பொருள்களின் தரத்தை ஒரே சீராக்குதல், ஒரே சீரான தரத்தை உருவாக்குதல், ஒரே தரமான தகவல்கள், அளவைகள் தரக்காப்பீடு, மதிப்பீடு, பொருள்களுக்கு சான்றிதழ் வழங்குதல், ஒழுங்குமுறை, செயல்படுத்தல், அங்கீகாரம் வழங்குதல் ஆகிய தரம்சார் உள்கட்டமைப்பு வசதிகளை அமைத்துள்ளது. அரசின் சிறந்த ஆளுமைக்கும் அதனால் ஏற்படும் நுகர்வோர்

பாதுகாப்புக்கும் மிகவும் அடிப்படையானது, நுகர்வோர் செயல்பாடு சட்டத்தைச் சிறப்பாகவும் நியாயமாகவும் செயல்படுத்துவதேயாகும். பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரங்கள் உறுதி செய்யப்பட்டால் நுகர்வோருக்கு எந்த ஒரு குறைகளும் ஏற்படாது. இந்தச் சூழ்நிலையில் நுகர்வோருக்கு, எந்த ஒரு தொல்லைகளும் இருக்காது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது, போட்டிசார் கொள்கைகளோடு இணைந்ததாகும். இரண்டுமே நுகர்வோர் நலனைப் பேணுகின்றன. இந்த இரண்டிற்கும் அடிப்படையாக இருப்பவை உற்பத்தியாளர்களுக்கும், நுகர்வோருக்கும் இடையே உள்ள சமமற்ற உறவைப் புரிந்துகொண்டு நடப்பதாகும். நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது ஒரு பொருளுக்கோ, சேவைக்கோ குறைந்தபட்ச தரம் மற்றும் பாதுகாப்பு அளவுகளை நிர்ணயித்து நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் குறைகளைத் தீர்க்கும் அமைப்பாகும். போட்டிக்கொள்கை என்பது, ஒரு பொருளையோ, சேவையையோ, தயாரித்து வழங்க அதிக அளவிலானவர்கள் இருந்தால் யாரோ ஒருவர் அல்லது சிலரின் கை மேலோங்கி இருக்காது.

சிறந்த அரசுக்கும், ஆளுமைக்கும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்களுக்கும், அமைப்புகளுக்குமிடையே நேரடியான தொடர்பு உண்டு. சிறந்த ஆளுமைக்கு அடித்தளமாக விளங்குபவை திறமை, சரியான செயல்பாடு, நெறிமுறைகள், சமத்துவம், சிக்கனம், வெளிப்படைத்தன்மை, பொறுப்பேற்பு, அதிகாரம் அளித்தல், பகுத்தறிவு, பாகுபாடின்மை, சேர்ந்து செயல்படுவது ஆகியவையாகும். சிறந்த ஆளுமையின் இந்த அடையாளங்கள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்திற்கும், கொள்கைக்கும் பொருத்தமானவை. ஆகவே, நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டங்களை சிறப்பாகச் செயல்படுத்தினால் சிறந்த ஆளுமையும் ஏற்படும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கம் சிறப்பாகவும், அர்த்தமுள்ளதாகவும் செயல்படவேண்டுமென்றால், அதற்கு அரசுகள், வியாபாரநிறுவனங்கள், சமூக அமைப்புகள், பள்ளிகள், கல்லூரிகள், பல்கலைக்கழகங்கள், ஆய்வு நிலையங்கள் உள்ளிட்ட கல்விநிலையங்களின் வெளிப்படையான ஒத்துழைப்பு தேவை. சமுதாயத்தின் அனைத்துமக்களின் ஒட்டுமொத்த ஒத்துழைப்பு இருந்தால்தான் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கும். மத்திய அரசின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத்துறையின் கொள்கைகளும், திட்டங்களும் உபயோகமானதாக இருந்தாலும் அனைத்து மக்கள் அமைப்புகளின் ஈடுபாடு இருந்தால்தான் அவை வெற்றிபெறும். ஆகவே, இந்தத்தருணத்தில் எல்லோருடைய ஒட்டுமொத்த கவனமும் நுகர்வோர் பற்றியதாகவே இருக்க வேண்டும். அதற்கேற்ற சமூக செயல்பாடுகளும் இருக்கவேண்டும். மக்கள் அனைவரும் இன்பமாக வாழ சமுதாயத்தில் எல்லோருடைய ஒருமனதான செயல்பாடு தேவை.

- **அவினாஷ் K.ஸ்ரீவத்சவா**, நுகர்வோர் விவகாரங்களுக்கான மத்திய அமைச்சகத்தில் உள்ள நுகர்வோர்துறையின் செயலாளர்.

●

அடுத்த மாத இதழில்

வங்கித்துறை சீர்திருத்தங்கள்

பற்றிய கட்டுரைகள் இடம் பெறும்.

இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு: தோற்றமும் அண்மைக்கால வளர்ச்சிகளும்

- பேராசிரியர் D. P. S. வர்மா

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளில் இருந்துதான் தொடங்கியது. நியாயமில்லா வணிகப்போக்கின் காரணமாக 1960களின் தொடக்கத்தில் தொழில் நிறுவனங்களின் மீது நுகர்வோர் அதிருப்தி கொண்டிருந்தபோது ரால்ஃப் நடார் எனும் இளம் வழக்குரைஞர் உற்பத்தியாளர்கள், வணிகர்களுக்கு எதிரான நுகர்வோரின் குரலினை எதிரொலித்தார். அதிபர் ஜான் எப். கென்னடி 1962, மார்ச் 15 அன்று அமெரிக்க காங்கிரசுக்கு (நாடாளுமன்றம்) விடுத்த செய்தியில் நுகர்வோருக்கு நான்கு வகைப்பட்ட அடிப்படை உரிமைகள் இருப்பதாகப் பறைசாற்றினார். அவை 1) பாதுகாப்பிற்கான உரிமை (2) தகவல் பெறும் உரிமை (3) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை (4) குறைகளைத்தெரிவிக்கும் உரிமை அதிபர் கென்னடி நுகர்வோர் உரிமை. மசோதாவை கொண்டுவந்ததன் நினைவாக ஒவ்வொரு ஆண்டும் மார்ச் 15ஆம் நாள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தினமாக கடைபிடிக்கப்படுகிறது. 1985 ஏப்ரல் 9ஆம் தேதியன்று ஐக்கிய நாடுகள் சபை நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான வழிகாட்டி நெறிமுறைகளை நிறைவேற்றியது. ஐ.நா சபையின் தலைமைச் செயலாளர் இந்த வழிகாட்டி நெறிமுறைகளைக் கடைபிடித்து தேவையான கொள்கை மாற்றங்கள், சட்டத்திருத்தங்களைச் செய்து நுகர்வோர் பாதுகாப்பை ஊக்குவிக்க ஐ.நா உறுப்பு நாடுகளை சம்மதிக்கச் செய்யவேண்டும் என்று கேட்டுக்கொண்டார். அதுமுதல் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு பற்றிய சட்டங்கள் உலகின் அனைத்து நாடுகளிலும் இயற்றப்பட்டு வருகின்றன. உலகின் பல நாடுகள் குறிப்பாக அமெரிக்கா, இங்கிலாந்து, பிரான்ஸ், ஜெர்மனி, ஸ்வீடன், நார்வே போன்ற பல நாடுகள் வலிமையான நுகர்வோர் அமைப்புகளைக் கொண்டிருந்தன. இவற்றிற்கு சட்டப்பாதுகாப்பும் கிடைத்தன.

இந்தியாவில் நெறியற்ற வணிகப்பழக்கங்களைத் தவிர்க்கவும், கட்டுப்படுத்தவும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கும் என சட்ட முன் ஏற்பாடுகள் நீண்ட காலமாக நடைமுறையில் இருந்துவந்திருக்கின்றன. ஒரு டஜனுக்கும் அதிகமான இத்தகைய சட்டங்கள் அமலில் இருக்கும்போதிலும் பார்க்க: (அட்டவணை 1) நுகர்வோரின் நன்மைகள் போதுமான அளவிற்குப் பாதுகாக்கப்படவில்லை. இந்தச் சட்டங்கள் நுகர்வோரை சிறு சிறு அளவுகளில் தான் பாதுக்காக்கின்றன. இந்தச் சட்டங்களின் தலைப்புகள் அவற்றின் இயல்பையும், நோக்கத்தையும் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுகின்றன.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம், 1986

இந்தியாவில் நுகர்வோர் இயக்கத்தின் முக்கியமான மைல்கல் என்பது டிசம்பர் 24, 1986இல் கொண்டுவரப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் (CPA) ஆகும். இந்த சட்டம் 1991, 1993, 2001 ஆகிய ஆண்டுகளில் மூன்று முறை திருத்தப்படுள்ளது. நுகர்வோர் உரிமைகளைச் சிறப்பாகவும், விரைவாகவும் பாதுகாப்பதற்கு இந்த சட்டம் வழி செய்கிறது. நுகர்வோரின் குறைகளை தேசிய அளவில், மாநில அளவில், மாவட்ட அளவில் என அமைந்திருக்கும் மூன்றடுக்கு தீர்ப்பளிப்பு அமைப்பின் மூலம் அதிக செலவின்றி தீர்ப்பதற்கு வழி செய்கிறது.

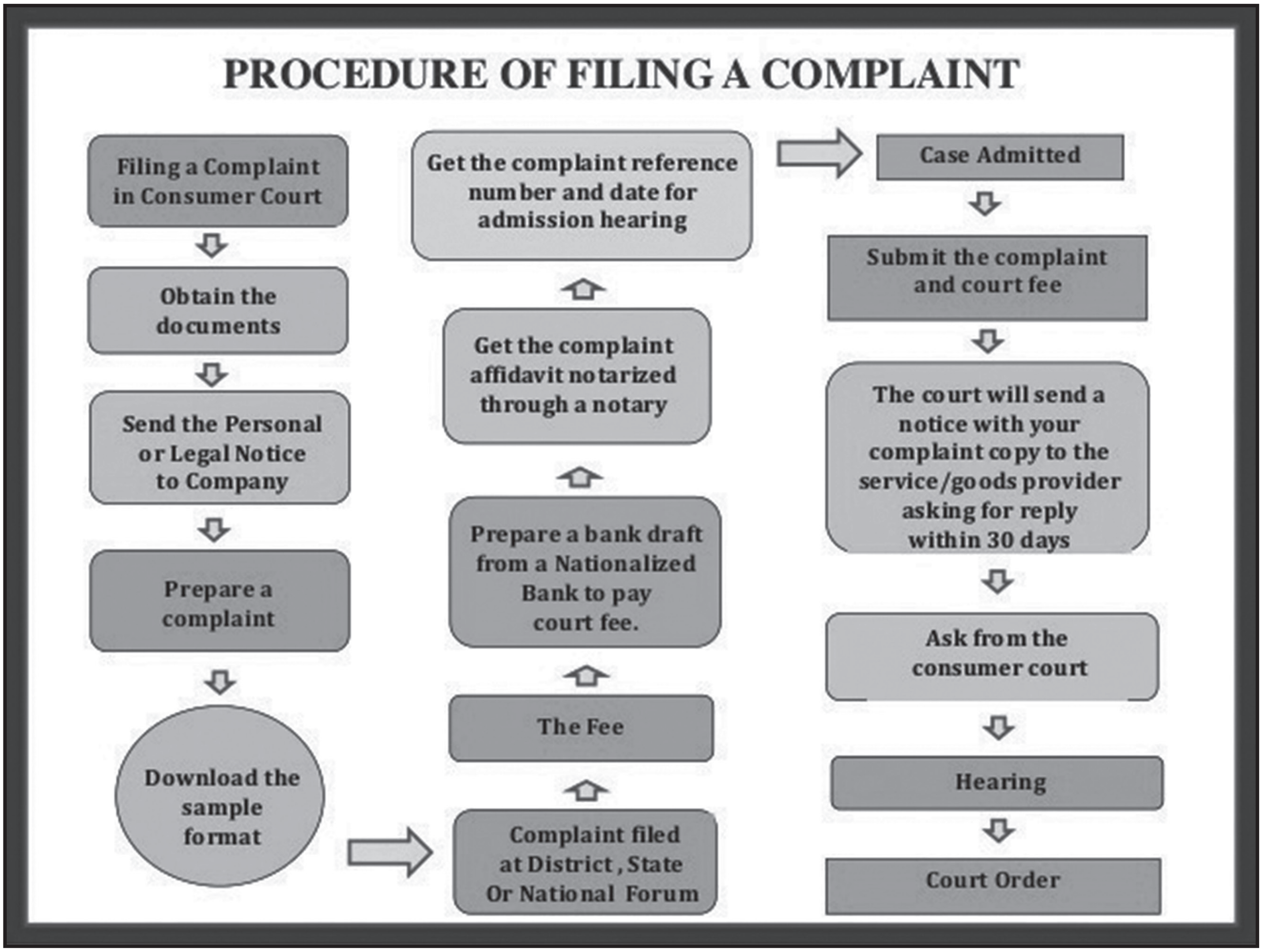
நுகர்வோர் உரிமைகள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின்படி நுகர்வோருக்கு ஆறு விதமான உரிமைகள் உள்ளன.

அவை:

(a) தீங்கு விளைவிக்கும் பொருள்கள், சேவைகளுக்கு எதிரான பாதுகாப்பு;

(b) தரம், அளவு, எண்ணிக்கை, ஆற்றல், தூய்மை, விலை, சேவை வசதிகள் ஆகியவை பற்றி தெரிந்துகொள்ளும் உரிமை;



(c) எத்தனை வகையான பொருள்களும் சேவைகளும் போட்டிக்குரிய விலைகளில் இருக்கின்றன என்பது பற்றிய விவரம்;

(d) உரிய குறைதீர் மன்றத்தில் புகார் தந்து குறைகளைப்பற்றி முறையிடும் உரிமை;

(e) நியாயமற்ற வணிகப்பழக்கங்களுக்கு எதிராகவும், சுரண்டலுக்கு எதிராகவும் தன்னைப் பாதுகாத்துக்கொள்ளும் உரிமை;

(f) நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை.

புகார் அளித்தல்

நுகர்வோரின் எந்த ஒரு குறை தீர்க்கும் நடவடிக்கையும் பொருத்தமான ஒரு குறைதீர் மன்றத்தில் ஒரு புகாரை அவர் பதிவு செய்வதிலிருந்துதான் தொடங்குகிறது. இந்த அமைப்பு சம்பந்தப்பட்டவர்களை விசாரித்து, இயற்கை நியதிக்கோட்பாட்டை மனதில் கொண்டு பாதிக்கப்பட்ட நபருக்குப் பொருத்தமான இழப்பீட்டையோ, நிவாரணத்தையோ வழங்குகிறது. இரண்டு கட்சிக்காரர்களில் எவரேனும் ஒருவர் தீங்கிழைக்கப்படிருப்பதாகக் கருதினால் பொருத்தமான அமைப்பில் அவர் மேல் முறையீடு செய்யலாம். அங்கு வழங்கப்படும் தீர்ப்பே இறுதியானது.

யாரெல்லாம் புகார் தரலாம்?

1. எந்தவொரு நுகர்வோரும்;
2. பதிவுபெற்றுள்ள எந்தவொரு நுகர்வோர் அமைப்பும்;
3. மத்திய அரசு அல்லது மாநில அரசு;
4. பொதுவான பாதிப்புகள் இருந்தால் ஏராளமான நுகர்வோரின் சார்பில் ஒருவரோ, அல்லது ஒன்றுக்கும் மேற்பட்டவரோ;
5. காலம் சென்ற நுகர்வோரின் சட்டப்பூர்வ வாரிசு அல்லது அவரது பிரதிநிதி (மருத்துவக் குறைபாட்டால் இறப்பு நேரிட்டிருந்தால்).

நுகர்வோர் என்ற பதத்திற்கான தெளிவான வரையறையும் இந்தச் சட்டத்தில் இடம்பெற்றுள்ளது. தனது தேவைக்காகவோ, வீட்டின் தேவை கருதியோ (வணிக நோக்கத்திற்கோ, மறு விற்பனைக்கோ அல்லாமல்) ஒரு பொருளை வாங்கும் எவரும் ஒரு பொருளை வாங்க ஒப்புக்கொண்டிருக்கும் எவரும் நுகர்வோர் எனப்படுவார். சேவையைப் பெறுபவரும் நுகர்வோர் ஆவார்.

பின்வரும் காரணங்களில் ஏதேனும் ஒன்றுக்காக ஒருவர் புகார் தரலாம்:

1. நியாயமற்ற வணிக நடைமுறை, போட்டியைத் தவிர்க்கும் வணிக முறை - இவற்றை வணிகரோ சேவை வழங்குநரோ கடைபிடித்தால்;
2. குறைபாடுடைய பொருள்களை விற்பனை செய்தால்;
3. சேவைகளில் ஏதேனும் குறைபாடு இருந்தால்;
4. நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையைவிடவும் அதிகமாக வாங்கினால்;
5. ஆபத்தான பொருள்களைக் கொடுத்தால்;
6. பொருள்கள், சேவை, குறைபாடுள்ள பொருள், சேவைக்குறைபாடு, நியாயமற்ற வணிக முறைகள், போட்டியைத்தடுக்கும் வணிகமுறை ஆகிய பதங்களுக்கு மிகப்பரந்த அர்த்தம் உள்ளது. நுகர்வோரின் எல்லாவிதமான குறைகளும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் கவனிக்கப்படும்.

எங்கு புகார் செய்வது?

(a) பொருளின் விலையும், கோரும் இழப்பீடும் ரூ.20 இலட்சத்திற்கும் குறைவாக இருந்தால் சம்பந்தப்பட்ட மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றத்தில் புகார் தரலாம்.

(b) ரூ.20இலட்சம் முதல் ரூ.ஒரு கோடி வரை சம்பந்தப்பட்ட மாநில நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றத்தில் புகார் தரலாம்.

(c) ரூ.1 கோடிக்கும் மேல் உள்ள நிகழ்வுகளில் தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றத்தில் புகார் தரலாம்.

(d) இந்த அமைப்புகள் பாதி அளவுக்கு நீதிமன்ற அதிகாரம் உள்ளவை. இவற்றில் நீதித்துறையைச் சேர்ந்த உறுப்பினர்களும், நீதிதுறை சாராத உறுப்பினர்களும் இருப்பார்கள். சட்டம் தெரிந்த ஒருவர் தலைவராக இருப்பார். தீர்ப்பாயத்தைப் போல இது செயல்படும். வழக்குகளை விசாரிக்கவும், தீர்ப்புகளைச் செயல்படுத்தவும் சிவில் நீதிமன்றங்களின் அதிகாரத்தை இது பெற்றிருக்கும்.

புகார் கொடுக்கும் முறை

மிக எளிய முறையில் புகார் தரலாம். ஆதாரங்களோடு கூடிய புகாரை எழுத்துப்பூர்வமாகத் தரவேண்டும். வழக்குரைஞர் வைத்துகொள்ளவேண்டிய அவசியம் இல்லை. பொய்யான புகார்களை வேண்டுமென்றே கொடுப்பதைத் தவிர்ப்பதற்காக, கோரப்படும் இழப்பீட்டிற்குத் தகுந்த ஒரு சிறுதொகை கட்டணமாகப் பெறப்படும். என்ன நிவாரணம் தேவைப்படுகிறது என்பதைத் தெளிவாகக் குறிப்பிடவேண்டும்.

பாதிக்கப்பட்டவருக்கு நிவாரணம்

விசாரணை முடிந்தவுடன் பின்வருவனவற்றுள் ஒன்று அல்லது ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட ஆணையை மன்றம் வழங்கும்:

1. விற்கப்பட்ட பொருளில் உள்ள குறையைக் களைவது, சேவைக் குறைபாட்டினை சரிசெய்வது;
2. குறைபாடு உள்ள பொருளுக்கு பதிலாக வேறு ஒரு பொருளை வழங்குவது;
3. செலுத்தப்பட்ட தொகையைத் திருப்பித்தருவது;
4. நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட இழப்பு, காயம் ஆகியவற்றிற்கு இழப்பீடு தருவது;
5. அபராதத்தொகை விதிப்பது;
6. ‘நிறுத்திக்கொள், தவிர்த்துக்கொள்’ என்ற ஆணை தருவது (முறையற்ற வணிக நடைமுறைகளை பின்பற்றி இருந்தால்);
7. கேடு விளைவிக்கும் பொருள்களை திரும்பப்பெற உத்தரவிடுவது;
8. கேடு விளைவிக்கும் பொருள்களின் விற்பனையை/சேவையை ‘நிறுத்திக்கொள், தவிர்த்துக்கொள்’ என்று ஆணை இடுவது;
9. அடையாளம் அறியப்படாத நபருக்கும் கூட இழப்பீடு வழங்க பணிப்பது;

10. தவறான தகவல் தரும் விளம்பரங்களுக்கு திருத்தம் வெளியிடச் சொல்வது;

11. இருவரில் ஒரு கட்சிக்காரருக்கு வழக்கின் செலவுத்தொகையை ஏற்குமாறு உத்தரவிடுவது.

மாவட்ட மன்றத்தின் தீர்ப்பில் திருப்தி இல்லாதவர்கள் மாநிலமன்றத்தில் 30 நாள்களுக்குள் மேல்முறையீடு செய்யலாம். மாநிலமன்றத்தின் தீர்ப்பில் திருப்தி அடையாதவர்கள் தேசியமன்றதிற்கு சென்று முறையிடலாம். ஒரு சில குறிபிட்ட நேர்வுகளில் மட்டுமே உச்சநீதி மன்றத்தில் மேல் முறையீடு செய்யமுடியும்.

புதிய சட்டம் வருகிறது

தற்போதைய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் (1986) நீக்கப்பட்டு புதிய சட்டம் கொண்டுவரப்படுகிறது.

முந்தைய சட்டத்தில் உள்ள குறைகள், போதாமை போன்றவற்றை நீக்கி அதன் வரம்பையும், நோக்கத்தையும் விரிவுபடுத்தி புதிய சட்ட மசோதா ஒன்று நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்ட மசோதா (2015) என்ற பெயரில் ஆகஸ்ட் 10, 2015 அன்று நாடாளுமன்றத்தில் அறிமுகம் செய்யப்பட்டது. நாடாளுமன்ற நிலைக்குழுவின் பரிசீலனைக்குப்பிறகு இந்த மசோதா வரும் குளிர்காலக் கூட்டத்தொடரில் (நவம்பர் - டிசம்பர் 2017) மக்களவையில் அறிமுகம் செய்யப்பட்டு நிறைவேற்றப்படும். பிறகு மேலவையின் ஒப்புதலையும் பெற்று குடியரசுத்தலைவருக்கு அனுப்பி வைக்கப்படும்.

புதிய மசோதாவின் முக்கியமான அம்சங்கள்:

1. திசை திருப்பும் பொய்யான விளம்பரங்களில் நடிக்கும் பிரபலங்களுக்கு அபராதம்;
2. நியாயமற்ற விதிமுறைகளைக் கொண்டிருக்கும் ஒப்பந்தங்கள் செல்லாது என அறிவித்தல்;
3. நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களில் சமரச மையங்களை அமைத்தல்;
4. உற்பத்திப் பொருள்களுக்கான பொறுப்பை உற்பத்தியாளர்களே ஏற்கும்படி செய்தல்.

இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான முக்கியமான சட்டங்கள்

1. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986
2. உணவுப்பாதுகாப்பு மற்றும் தரச்சட்டம், 2006
3. இந்தியத் தரநிர்ணயங்கள் சட்டம், 1986
4. மருந்துகள், அழகுசாதனப்பொருள்கள் சட்டம், 1940
5. மருந்துகள் (கட்டுப்பாட்டு) சட்டம், 1950
6. மருந்துகள் விந்தை நிவாரண (ஆட்சேபனைக்குரிய விளம்பரங்கள்) சட்டம், 1954
7. அத்தியாவசியப் பொருள்கள் சட்டம், 1955
8. பதுக்கல் தடுப்பு, அத்தியாவசியப் பொருள்கள் வழங்கல் பராமரிப்பு சட்டம், 1980
9. வேளாண் விளைபொருள்கள் (தரமும் குறியீடும்) சட்டம், 1937
10. நிறுத்தல், முகத்தல் தரச் சட்டம், 1976
11. எடை, அளவை (பொதிகளில் அடைத்து விற்கப்படும் பொருள்கள்) சட்டம், 1977
12. வியாபாரப்போட்டி பற்றிய சட்டம், 2002
13. வர்த்தக முத்திரைச் சட்டம், 1999 (செப்டம்பர் 2003 முதல் அமுலில் இருப்பது)
14. சிகரெட், புகையிலைப் பொருள்கள் (விளம்பரத்தடை, விற்பனை, உற்பத்தி, வழங்கல் ஒழுங்குமுறை) சட்டம், 2003

முடிவாக:

1986 முதற்கொண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் பல முக்கியமான மாற்றங்களும் வளர்ச்சிகளும் ஏற்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தால் நாடு முழுவதும் பயனடைந்திருக்கிறது. அடுத்தடுத்து நடைபெற்ற சீர்திருத்தங்கள், உச்சநீதிமன்றமும், நுகர்வோர் அமைப்புகளும் கையளித்த ஏராளமான முடிவுகள் போன்றவை பயனளித்திருக்கின்றன. இருந்தபோதிலும்,பயணிக்க வேண்டிய தூரம் இன்னும் இருக்கிறது. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மசோதா 2015 நிலுவையில் இருக்கும் வழக்குகளை விரைந்து முடிக்கவும், குறைகளைக்களையவும், இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கத்திற்கு உத்வேகம் தரவும் உதவிடும்.

- **D. P. S. வர்மா**, மேனாள் பேராசிரியர், தில்லி பொருளாதாரப்பள்ளி.

நுகர்வோர் வசதி, பாதுகாப்பு, கவனம், ஆதாயம் ஆகியவை டிஜிட்டல் இந்தியாவின் வெற்றிக்கு மிக முக்கியம்

- டாக்டர். சீத்தாராம் தீக்ஷித்

பணமதிப்பிழப்பு நடவடிக்கைக்கு முன்பும் பின்பும் மின்னணு முறையில் பணம் செலுத்துதல்:

பணமதிப்பிழப்பு நடவடிக்கையை பிரதமர் அறிவித்து ஒரு ஆண்டு முழுமையாக முடிந்துவிட்டது. அதிக மதிப்புள்ள ரூபாய் நோட்டுக்களை செல்லாது என அரசாங்கம் அறிவித்தபிறகு இணையவழி நிதிப்பரிமாற்றத்திற்கு உத்வேகம் கிடைத்துள்ளது. ஆயினும் பணப்புழக்கம் மீண்டும் அதிகரிக்கும் பட்சத்தில் மின்னணு பணப்பரிமற்றத்தில் சரிவு நிலை ஏற்படலாம்.

மக்கள் மீண்டும் ரொக்கப்பரிமாற்றத்திற்கு திரும்பிவிட்டபோதிலும், BHIM (Bharat Interface for Money), UPI (United Payment Interface), IMPS (Immediate Payments Transfer), மற்ற வகை வங்கிப்பரிவர்த்தனைகள் போன்ற பணமில்லா பரிவர்த்தனைமுறைகளை நுகர்வோர் நாடிவருகிறார்கள் என்பதும் உண்மையே. நுகர்வோரும், சிறு தொழில்களில் ஈடுபட்டிருப்போரும் வரியைத் தவிர்ப்பதற்காகவும், ரொக்கமில்லா பணப்பரிவர்த்தனைக்கு விதிக்கப்படும் கட்டணம் எந்த நேரத்திலும் மறுபடியும் விதிக்கப்படலாம் என்பதாலும், இணைய வழி பணப்பரிமாற்றத்தில் பாதுகாப்பு இல்லை என்று நினைத்தும் ரொக்கப்பரிவர்த்தனையை நாடுகின்றனர். நுகர்வோர் பணம் செலுத்தும் விவரங்கள், அவரது நிதி நிலைமை, தனிப்பட்ட அடையாளம் போன்றவை பாதுகாக்கப்படவேண்டும். அப்போதுதான் மின்னணுப் பணப்பரிமாற்றத்தில் மோசடிகள் தவிர்க்கப்படும். நுகர்வோர் நம்பகமான, திருப்திதரும் தொழில் நுட்பத்தையே விரும்புகின்றனர் என்பதை இதிலிருந்து நாம் தெரிந்துகொள்ளலாம்.

நிதி நுகர்வோரும், அவர்களது பாதுகாப்பும்:

மின்னணு உலகில் பாதுகாப்பான, தரமுள்ள பொருள்களும், சேவைகளும் கிடைத்திடவேண்டும், தவறு நடக்கும்போது அதற்கான நிவாரணத்திற்கு வழி வேண்டும் என்று எதிர்பார்ப்பதற்கு நுகர்வோருக்கு உரிமை உள்ளது. நம்முடைய உலகம் சுருங்கிவருகிறது. தகவல்பரிமாற்றம், சமூகப் பழகுமுறை, வங்கிவேலைகள், பொருள்கள் வாங்குதல் போன்றவற்றில் மிகவும் துரிதமான கதியில் மாற்றங்கள் நிகழ்ந்து வருகின்றன. எண்ணற்ற தெரிவுகள், வசதிகள், குறைந்த விலையில் பொருள்கள் ஆகியவை நுகர்வோருக்குக் கிடைத்துவருகின்றன. மின்னணு ஊடகமும், கைபேசி பரிவர்த்தனைகளும் நுகர்வோரின் வாழ்க்கையை சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி புரட்டிப்போட்டிருக்கின்றன. இந்த வாய்ப்புகள் யாவும் தொடர்ந்து நீடித்து நிலவவேண்டுமானால் அவற்றைப் பயன்படுத்துவோரின் நம்பிக்கையை அவை பெற்றாக வேண்டும். நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கும் இன்னும் ஒரு வாய்ப்பு இது என்று இருந்துவிடாமல், அவர்களின் வாழ்வோடு பின்னிப்பிணைந்ததாக அவை மாறவேண்டும். நம்பகமான, மலிவான உயர் தரமான, அகன்ற அலைக்கற்றை இணைய இணைப்பு வசதிகள் எளிதில் அணுகத்தக்க வகையில் கிடைத்திடவேண்டும். மின்னணு சேவைகளில் நுகர்வோர் உரிமைகளின் முக்கியமான மையக்கூறு இதுவாகும். அரசாங்கம், ஒழுங்குமுறையாளர்கள், தொழில்கள் ஆகியவற்றின் ஒருமுகப்பட்ட, ஒருங்கிணைந்த முயற்சிகளே உள்ளடங்கியிருக்கும் கிராமப்பகுதிகளிலும் கூட மின்னணு சேவையை உறுதிசெய்வதற்கு உதவும்.

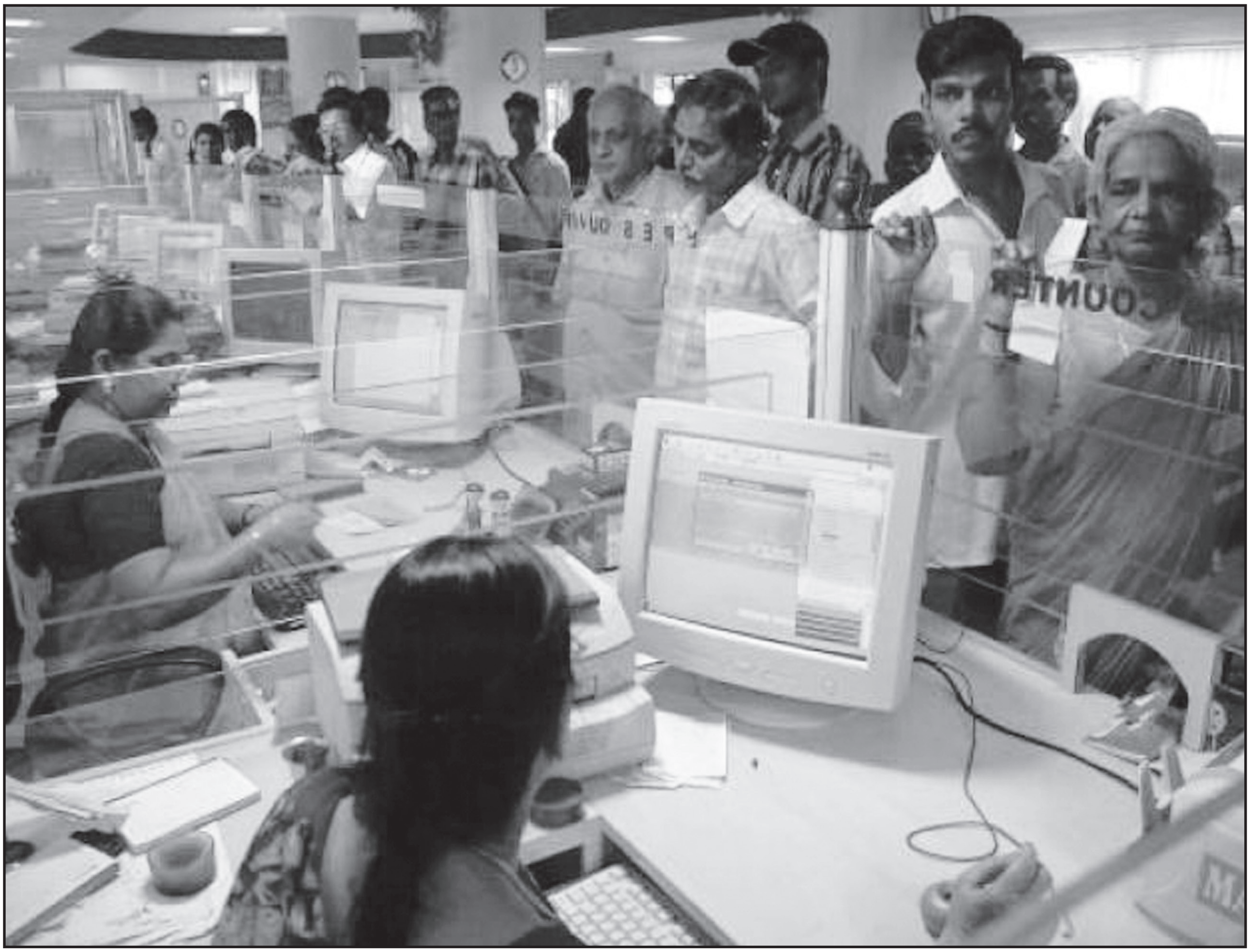
இன்று உலகத்தில் 40% மக்கள் இணையத்தைப்பயன்படுத்துகின்றனர். இந்த சதவீதம் இன்னும் அதிகரிக்கும். இணைய நுகர்வோரின் நம்பிக்கையை வென்றுஎடுக்கவேண்டும். நம்பகத்தன்மையை உருவாக்குவதில் நாம் பின்தங்கிவிடக்கூடாது. அப்படி நேர்ந்தால், மக்களின்

அன்றாட வாழ்க்கையில் தொழில்நுட்பத்தை ஒருங்கிணைப்பதில் நாம் தவறிவிடுவோம்.

மின்னணு பொருளாதாரத்திற்கு ஒரு வடிவத்தை தரக்கூடிய மிதமிஞ்சிய ஆற்றல் அதன் நுகர்வோருக்கு இருந்தபோதிலும், வெகுவேகமாக மாறிவரும் தொழில்நுட்பத்தின் காரணமாக நுகர்வோர் குழப்பம் அடைவதுடன் அவர்களின் அதிகாரமும் பறிபோகிறது. நுகர்வோரின் இத்தகைய கவலைகளையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் புரிந்துகொள்வதும், அவர்களின் நம்பிக்கையைப் பெறுவதற்குறிய வழிகளைக் கண்டறிவதும் கொள்கை வகுப்பவர்களுக்கு ஒரு மிகப்பெரிய சவாலாகும். நுகர்வோர் தாமாகவே முன்வந்து பங்கேற்பதுதான், மின்னணு சாம்ராஜ்யம் புதியன படைத்து அடுத்தடுத்த வளர்ச்சிநிலைகளை அடைவதற்கு வழிவகுக்கும் என்பதுஇங்கு நாம் கவனிக்கவேண்டிய மிக முக்கியமான ஒன்று.

நுகர்வோரின் உணர்வுகளும் யதார்த்தமும்

கடந்த இருபது ஆண்டுகளாக தொழில்கள், ஊடகம், அரசாங்கம் ஆகியவற்றின் மீதான இந்திய நுகர்வோரின் நம்பிக்கை சரிந்து சோர்வு மனப்பாங்கை நோக்கிச் செல்கிறது. இந்த அமைப்புகள் உலகமயமாதல், தொழில்நுட்ப வளர்ச்சிகள் ஆகியவற்றினால் ஏற்படக்கூடிய பாதிப்புகளில் இருந்து நுகர்வோரைக் காக்கும் வல்லமை அற்றவை என்று சில தன்னார்வத்தொண்டு நிறுவனங்கள் பொதுவாக உணர்கிறார்கள்.



நெறிமுறைகளை மீறி நுகர்வோரின் தனிப்பட்ட விவரங்களை கவர்ந்துகொண்டு, சுயநல வணிக நோக்கங்களுக்காக நிறுவனங்கள் பயன்படுத்திகொள்கின்றன என்று அவர்கள் வருந்துகிறார்கள். உரியவரின் அனுமதி இல்லாமல்

தனிபட்ட விவரங்களைப் பிறருடன் பகிர்ந்துகொள்வதற்கு எதிரான கட்டுப்பாடுகள் வரவேண்டும். நுகர்வோரின் சட்டப்பூர்வமான உரிமைகள் காக்கப்படவேண்டும். பல்வேறு நிறுவனங்களும் சேகரிக்கும் தனிநபர் விவரங்களின் மீது நுகர்வோருக்கு கட்டுப்பாடு இருக்கவேண்டும். இந்த சவாலை சந்திப்பதற்கான கட்டமைப்பு உருவாகப்படவேண்டும். தனிநபர் தரவுகள் கசியாமல் காப்பதும், மீறிக் கசியும்போது உடனடியாக நுகர்வோருக்கு தகவல் தருவதும், பாதிப்புகள் நேர்ந்தால் இழப்பீடு தருவதும் நிறுவனங்களின் பொறுப்பாகவேண்டும்.

வாடிக்கையாருக்கு அதிகாரமளித்து நம்பிக்கையைப் பெறவேண்டும்

இந்தியாவின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு மின்னணு வர்த்தகம் மிகுந்த ஊக்கத்தை அளிக்கிறது. இணையத்தின் மூலம் பணம் செலுத்துவதை நம்பகமானதாக ஆக்கவேண்டும். தரவுகள் கசிவது பற்றியும், வங்கிக்கணக்கு விவரங்கள், மின்னஞ்சல் முகவரி, பிற கணக்குகளின் அடையாளங்கள், மருத்துவத் தகவல்கள்போன்றவை திருடப்படுவதாகவும் பத்திரிகை செய்திகள் தெரிவிக்கின்றன. இத்தகைய விவரங்களை இழப்பது என்பது நிதி இழப்பு, அடையாளக்களவு, மன உளைச்சல், தனிப்பட்டவரின் தகவல்கள் பொது வெளியில் பரப்பப்படுதல் போன்றவற்றிற்கு இட்டுச்செல்கிறது.

சக்திமிக்க மின்னணு தொழில்நுட்பங்கள் ஏராளமான நுகர்வோரின் தனிப்பட்ட விவரங்களை சேகரித்து வைத்துக்கொள்ள உதவுகின்றன. இதனால் தொல்லையும், சங்கடங்களும் நேர்கின்றன். பாதுகாப்பான நடைமுறைகளை நிறுவனங்கள் பின்பற்றியே ஆகவேண்டும்.

மின்னணு கல்வியும் விழிப்புணர்வும்:

பொருள்கள் வாங்குவதையும் விற்பதையும் மின்னணு வணிகம் புரட்சிகரமாக மாற்றிவிட்டிருக்கிறது. இணையத்தின் மூலம் பொருள்களை வாங்கும்போது குறைபாடுடைய பொருள்கள், ஆபத்தான பொருள்கள், தரக்குறைவானவை, சேவை சரிவர கிடைக்காத நிலை போன்றவை ஏற்படும் ஆபத்து உள்ளது. இவை பற்றிய பல புகார்கள் வருகின்றன. குற்றம் குறைகள் நேரும் போது சட்டப்பூர்வ பொறுப்பாளியாக யாரை ஆக்குவது என்பதில் தெளிவு இல்லை. நுகர்வோரைக் காப்பாற்றுவதற்கு ஒழுங்குமுறையாளர்கள் முயலவேண்டும்.

டிஜிட்டல் நுகர்வோர் கல்வி பற்றியும், ஆன் லைன் வர்த்தகத்தில் நுகர்வோருக்குள்ள உரிமைகள் பற்றியும் வழங்கப்படும் பயிற்சி தேவைப்படும் பொருத்தமான, அறிவு, திறன், நடத்தைகளை அளித்து டிஜிட்டல் வர்த்தகத்தைத் திறமையாகப் பயன்படுத்திக்கொள்ள உதவும்.

அனுமானம்:

தொழில்நுட்பமும், புதுமையும் எப்போதும் வேகமாக மாறுபவை. இதில் வாய்ப்புகளும் உள்ளன. இடையூறுகளும் இருக்கின்றன. டிஜிட்டல் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாப்பதற்கு அரசாங்கம், பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், நாடுகளுக்கிடையே தொழில் செய்யும் அமைப்புகள் ஆகியவற்றிடையே ஒருங்கிணைப்பும் ஒத்துழைப்பும் தேவை. நுகர்வோர் சட்டங்களும், ஒழுங்குமுறைகளும் தொழில்நுட்ப மாற்றங்களின் வேகத்திற்கேற்ப மாறிவரவேண்டும்.

> மாற்றத்திற்கான முதல்படி விழிப்புணர்வு. இரண்டாவது படி மாற்றத்தை ஏற்றுக்கொள்ளும் பாங்கு.
>
> - நாதேனியல் பிரான்டென்

> வாடிக்கையாளரை வாழ்நாள் முழுவதும் உங்கள் வசம் வைத்திருக்க நீங்கள் விரும்பினால் உங்களின் கனிவான நடத்தையால் அவருக்கு ஆச்சரியத்தை ஏற்படுத்துங்கள் அல்லது அரிதாக கிடைக்கக்கூடிய வாடிக்கையாளர் சேவை ஒன்றை அளியுங்கள்.
>
> - மெலோனி டொராடோ

- **டாக்டர். சீத்தாராம் தீக்ஷித்**, இந்திய நுகர்வோர்க்கு வழிகாட்டுதல் அமைப்பின் (CGSI) தலைவர், இந்திய தரநிர்ணய நிறுவனத்தின் ஆட்சிக்குழு உறுப்பினர்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்: பழைய சட்டத்திற்குப் பதில் புதிய சட்டம்

- புஷ்பா கிரிமாஜி

1986இல் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் (CP) உருவாக்கப்பட்ட இந்த டிசம்பர் மாதத்தில் நாம் தேசிய நுகர்வோர் உரிமைகளைக் கொண்டாடிக் கொண்டு இருக்கிறோம். பழைய சட்டத்திற்குப் பதிலாக புதிய சட்டத்தை ஆவலுடன் எதிர்பார்த்துக் கொண்டு இருக்கிறோம் என்பதே இதில் இருக்கும் முரண்பாடு ஆகும்.

காலமாற்றத்திற்கு ஏற்ப சட்டங்களும் மாறியாக வேண்டும் என்பது நல்ல செயல்பாடுதான். நுகர்வோரின் உரிமைகளை முதல் முறையாக அங்கீகரித்த சட்டமாக அதாவது முன்னோடி சட்ட நடவடிக்கையாக நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் இருக்கிறது. இதனால் நாட்டில் விசேஷமாக தனிப்பட்ட நுகர்வோர் நீதி அமைப்பானது உருவானது. ஆனால் சந்தைப் பொருளாதாரத்தின் மூலமாக உருவாகி உள்ள மாற்றங்கள், டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பத்தில் ஏற்பட்டுள்ள அதிவிரைவான வளர்ச்சிகள், சட்டத்திலேயே இருக்கின்ற சில முக்கியமான குறைபாடுகள் போன்ற காரணிகள் பழைய சட்டத்துக்குப் பதிலாக புதிய, மேம்படுத்தப்பட்ட சட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டிய தேவையை உருவாக்கி உள்ளன.

ஆகஸ்ட் 10, 2015இல் மக்களவையில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்ட மசோதா - 2015 அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. மக்களவை சபாநாயகர் இந்த மசோதாவை உணவு, நுகர்வோர் உறவுகள் மற்றும் பொது விநியோக அமைச்சகத்தின் நிலைக்குழுவுக்கு அனுப்பிஉள்ளார். இந்த நிலைக்குழு சில முக்கியமான அம்சங்கள் இதில் சேர்க்கப்பட வேண்டும் என்ற பரிந்துரையுடன் தனது அறிக்கையை ஏப்ரல் 26, 2016இல் சமர்ப்பித்துள்ளது. அதற்கேற்ப அரசு மசோதாவைத் திருத்தி அமைத்துள்ளது. நாடாளுமன்றத்தின் குளிர்காலக் கூட்டத்தொடரில் இந்த மசோதா திரும்பவும் அறிமுகப்படுத்தப்படும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

முன்மொழியப்பட்டுள்ள புதிய சட்டத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்துகொள்ள, முதலில் நாம் 1986ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், அதன் தாக்கம், வெற்றி மற்றும் தோல்விகளை நன்கு புரிந்து கொள்ளவேண்டும்.

1986ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்

நுகர்வோர் உரிமைகளை அனைவரது கவனத்துக்கும் கொண்டு வந்த ஒரு புரட்சிகர சட்டமாக நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986 இருந்தது.

குறைகளுடன் கூடிய சரக்குகள், பற்றாக்குறையான சேவைகள், நியாயமற்ற கட்டுப்பாட்டு வர்த்தக நடைமுறைகள், சில சமயங்களில் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளுக்கு அதிக விலையோ கட்டணமோ வசூலிப்பது போன்ற புகார்களுக்கு நுகர்வோர் நிவாரணம் பெறுவதற்காக உருவாக்கப்பட்டுள்ள மூன்றடுக்கு நீதிமன்ற அமைப்புதான் இந்தச் சட்டத்தின் மிக முக்கியமான அம்சமாகும். வழக்கறிஞர்களின் உதவி இல்லாமலேயே இத்தகைய

நீதிமன்றங்களில் புகார்களுக்குத் தீர்வு கிடைக்க உதவும் வகையில் மன்றம் அமைக்கவும் இச்சட்டம் உதவுகிறது. நீதிபதி, நீதிமன்றம் சாராத உறுப்பினர்கள் இந்தக் குறைதீர்மன்றத்தில் உறுப்பினர்களாக இருப்பார்கள். இயற்கை நியதி விதிகளின் அடிப்படையில், விசாரணை வழிமுறைகளின் படி புகார்கள் தீர்த்துவைக்கப்படும்.

நிவாரணங்களை அளிப்பதற்கான அதிகாரமும் குறைதீர் அமைப்புகளுக்கு அளிக்கப்பட்டு உள்ளது.

முதன்முதலில் நிர்மாணிக்கப்பட்ட போது, இத்தகைய குறைதீர் மன்றங்கள் நாட்டில் நுகர்வோர் புகார்களுக்கு இருந்துவந்த தடுப்புக்கதவைத் திறந்துவிட்டன. கடந்த மூன்று பத்தாண்டுகளில் எந்த ஒரு துறையையும் இந்த குறைதீர் மன்றங்கள் விட்டு வைக்கவில்லை. தரக்குறைவான சரக்குகள், விற்பனைக்குப் பிறகான சேவையில் குறைபாடு, அதிக விலை, தவறாகச் சித்தரிக்கும் விளம்பரங்கள் உள்ளிட்ட நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் போன்றவற்றுக்காக உற்பத்தியாளர்களும், சில்லறை விற்பனையாளர்களும் நீதிமன்றக்கூண்டில் ஏற்றப்பட்டு உள்ளனர். சேவைத்துறையும் கூட நுகர்வோரின் கோபத்தில் இருந்து தப்பிக்கவில்லை. அஞ்சல்துறை, தொலைத் தொடர்புத்துறை முதல் ரெயில்வே, ஏர்லைன்ஸ் வரை; அரசு சார்ந்த மின்சார நிறுவனங்கள், எஸ்டேட் ஏஜென்சிகள் முதல் வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் வரை; மருத்துவமனைகள், குடிமக்கள் சேவைமையங்கள் முதல் பள்ளிகள், கல்லூரிகள் வரை; வழக்கறிஞர்கள், கட்டிடக்கலை நிபுணர்கள் முதல் டிராவல் ஏஜென்ட்டுகள், ஸ்டாக்புரோக்கர் வரை, சலவையாளர்கள், தையற்காரர்கள் முதல் திருமணத்தகவல் நிலையம்; திருமண ஏற்பாட்டாளர்கள் வரை ஒவ்வொரு பிரிவைச் சார்ந்தவர்களும் கவனக்குறைவான சேவை, நியாயமற்ற வர்த்தக நடவடிக்கைகளுக்காக நுகர்வோர் நீதிமன்றப் படிக்கட்டுகளில் ஏறி உள்ளனர். நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றம் பல சிறப்பு வாய்ந்த தீர்ப்புகளை வழங்கி உள்ளது. இவை சட்டத்தில் எடுத்துரைக்கப்பட்டுள்ள நுகர்வோர் உரிமைகளுக்கு வலு சேர்ப்பதாக அமைந்தன. மேலும் இவை நாட்டில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைப்புகளுக்கு உணர்ச்சிப்பூர்வமான உந்துதலையும் அளித்துள்ளன.

தங்களின் கட்டாயப்பணிகளை நிறைவேற்றுவதில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் தவறி உள்ளன

இத்தகைய வெற்றிகளை நுகர்வோர் கொண்டாடும் அதே வேளையில், இந்த முகமைகளின் பணிகள் குறித்த மிகத் தீவிரமான சந்தேகங்களும் உள்ளன. அதிலும் குறிப்பாக நீதி கிடைப்பதற்குள்ள மிக மிக மெதுவான நடைமுறையைக் கூறலாம். மாநில அரசுகள் இத்தகைய குறைதீர் அமைப்புகளுக்கு உறுப்பினர்களை நியமிப்பதில் ஏற்படுத்தும் அநாவசியமான காலதாமதங்கள் சில சமயம் இந்த அமைப்புகளின் செயல்பாடுகளையே நிறுத்தி வைக்கும் அளவில் அமைந்துவிடுகிறது. அதே போன்று குறைதீர் மன்ற நீதிபதிகள் வழக்குகளில் தேவையற்ற சட்ட நுட்பங்களை உள்ளிணைத்துக் கொள்வதும் செயல்பாட்டைத் தாமதப்படுத்துகின்றன. வழக்கறிஞர்களின் வேண்டுகோளுக்காக வழக்குகளை நீதிபதிகள் அடிக்கடி தள்ளி வைப்பதும் இந்தக் கையறு நிலைக்குக் காரணமாகும். உறுதி அளிக்கப்பட்ட ‘‘எளிமை, விரைவு மற்றும் செலவற்ற குறை தீர்வு’’ என்பது போலியான வாக்குறுதியாகிவிட்டது. நீதிமன்றங்கள் விதிக்கின்ற குறைவான இழப்பீடுகள் நுகர்வோர் அனுபவித்த வேதனைக்கு குறைவான நிவாரணமாகவே உள்ளன. இதனால்தான் பலர் இத்தகைய குறைதீர் மன்றங்களுக்கு வருவதற்குத் தயங்குகின்றனர். (விரிவான விளக்கத்துக்கு

புஷ்பா கிரிமாஜி எழுதி உள்ள "நாட்டில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள்" என்ற கட்டுரையைப் பார்க்கவும். இந்தக் கட்டுரை யோஜனா, பிப்ரவரி 2009 இதழில் வெளிவந்துள்ளது).

நம்நாட்டில், "நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் தாக்கமும் விளைவுகளும்" என்ற மதிப்பீட்டு அறிக்கையை பொது நிர்வாகத்துக்கான இந்தியக் கல்வி நிலையம் (ஐ.ஐ.பி.ஏ) ஜனவரி 2013இல் வெளியிட்டது. இதே கல்வி நிலையம் 1994இல் இதே போன்று ஒரு அறிக்கையை வெளியிட்டு இருந்தது (சி.பி.ஏ. 1086ஐ திறம்பட நடைமுறைப்படுத்துவது குறித்த மதிப்பீடு, டிசம்பர் 2014). அதே போன்று இந்தியத் தலைமைக் கணக்குத் தணிக்கையாளர் 2004இல் ஒரு அறிக்கையை அளித்திருந்தார் (பணித்திறன் தணிக்கை அறிக்கை எண் 14, 2004-2005). இந்த அறிக்கைகள் போன்று இல்லாமல் ஐ.ஐ.பி.ஏ.வின் இரண்டாவது அறிக்கையானது நுகர்வோர் நீதி அமைப்பின் தற்போதைய தெளிவான செயல்பாட்டைப் படம் பிடித்துக் காட்டியது.

நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றங்களின் தாக்கம் மிகக்குறைவு என்று இந்த அறிக்கை கூறிஉள்ளது. மேலும் நீதியை விரைவாகவும் செலவு அதிகம் இல்லாமலும் வழங்கமுடியாத நீதிமன்றங்களின் இயலாமையையும் குற்றம் சாட்டி உள்ளது. நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் வழங்குகின்ற குறைவான இழப்பீடுகளைச் சுட்டிக்காட்டிய இந்த அறிக்கையானது, இது மற்றொரு எதிர்மறையான அம்சம் என்று கூறுகிறது. எனவே நுகர்வோர் இந்த குறைதீர் அமைப்பின் மீது நம்பிக்கை இழக்கிறார்கள் என அறிக்கையானது கூறுகிறது.

ஐந்து மாநிலங்களின் (கர்நாடகம், குஜராத், உத்திரப்பிரதேசம், ஒடிசா, திரிபுரா) பத்து மாவட்டங்களில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் சர்வேக்கள் மூலம் சி.பி.சட்டத்தின் தாக்கத்தை இந்த அறிக்கை மதிப்பீடு செய்தது. அதேபோன்று புகார் அளித்தவர்கள் உள்ளிட்ட பல்வேறு பங்குதாரர்களுடன் மேற்கொண்ட விரிவான நேர்காணல்களும் கவனத்தில் கொள்ளப்பட்டன. சிக்கலான நடைமுறைகள் நுகர்வோர் வழக்கறிஞரை நியமித்துக்கொள்ள நிர்ப்பந்திக்கின்றன என நேர்காணலில் தெரிவிக்கப்பட்டது. இது தீர்ப்பு நடைமுறை முழுவதையும் மிகுந்த செலவுமிக்கதாகச் செய்துள்ளது.

இந்தத் தடைகளில் சிலவற்றை நீக்கவும் நுகர்வோர் நீதியின் தரத்தை மேம்படுத்தவும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைச்சகம் பல நடவடிக்கைகளை எடுத்தது. இதில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986இல் 1991, 1993 மற்றும் 2002 ஆகிய ஆண்டுகளில் மேற்கொள்ளப்பட்ட திருத்தங்களும் அடங்கும். ஆனால் இந்தத்திருத்தங்கள் விரும்பிய விளைவுகளை ஏற்படுத்தவில்லை.

இந்த நீதிமன்றங்களின் முக்கிய நோக்கமான விரைவாக நீதி கிடைத்தல் என்பதைக் கருத்தில் கொண்டால், 1986லேயே அதாவது இந்தச்சட்டம் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்ட ஆரம்ப காலகட்டத்திலேயே புகார்களைத் தீர்த்து வைப்பதற்கான காலக்கெடு நிர்ணயிக்கப்பட்டு இருக்கவேண்டும். 2002இல்தான் புகார்களைத் தீர்த்து வைப்பதற்கான காலக்கெடு மூன்று மாதங்கள் (பொருள்களைப் பரிசோதித்துப் பார்க்க வேண்டுமானால் அதற்கான காலக்கெடு ஐந்து மாதங்கள்) என திருத்தம் கொண்டு வரப்பட்டது. இது மிக மிக தாமதமான முடிவாகும். ஏனெனில் இந்த திருத்தம் வருவதற்குள்ளாகவே நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் செயல் இழந்து விட்டன. நாட்டின் சில சட்டங்களின் மோசமான அம்சங்களை இந்த நீதிமன்றங்களும் உள்வாங்கிக்கொண்டன. ஐ.ஐ.பி.ஏ

அறிக்கையின்படி 10.2 சதவிகித புகார்களே மூன்று மாதம் என்ற கெடுவுக்குள் தீர்த்து வைக்கப்பட்டன. 17.8 சதவிகித புகார்கள் ஐந்து மாதத்துக்குள் பைசல் செய்யப்பட்டன. நுகர்வோர் இந்த குறைதீர் அமைப்புகளில் அதிக எண்ணிக்கையில் புகார்களைத் தாக்கலும் செய்யவில்லை. மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றங்களில் 40 சதவிகித மன்றங்களில் ஒரு மாதத்துக்கு 15 வழக்குகளுக்கும் குறைவாகவே தாக்கல் செய்யப்படுகின்றன என்று ஐ.ஐ.பி.ஏ அறிக்கை சொல்கின்றது.

சட்டத்தில் உள்ள ஓட்டை

எளிமையாகவும் விரைவாகவும், செலவில்லாமலும் நுகர்வோருக்கு நீதி கிடைக்கச்செய்தல் என்ற தங்களது கட்டாயக்கடமையில் இருந்து நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் தோல்வி அடைந்துவிட்டன என்ற ஒரு காரணிக்காக மட்டுமே இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டத்தை சீர்திருத்தம் செய்யவேண்டும் என்று கேட்கவில்லை. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986இன் கீழ் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்ற கருத்தாக்கத்திலேயே உள்ளுறையாக குறைபாடுகள் உள்ளன. இந்தக் குறைகள்தான் நீக்கப்படவேண்டும் (கூடுதல் விவரங்களுக்கு புஷ்பா கிரிமாஜி எழுதி உள்ள "அரசியல் உறுதிப்பாடு இல்லாததால் இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டத்துக்கு அதிகாரமும் இருப்பதில்லை" என்ற கட்டுரையைப் பார்க்கவும். இது 15, செப்டம்பர் 2013 தேதியிட்ட இந்துஸ்தான் டைம்சில் வெளியாகி உள்ளது).

1986ஆம் ஆண்டு சட்டத்தின் மிகப்பெரிய குறைபாடு என்னவென்றால் அச்சட்டம் முன்வைக்கும் உரிமைகளை உறுதியாக நடைமுறைப்படுத்துவதற்கும், சட்டத்தை மீறும் நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராகச் செயல்படுவதற்கும், ஒழுங்கு முறை அமைப்பு ஏதும் இல்லாமல் இருப்பதுதான். வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதென்றால், நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டத்தின் முதன்மையான தன்மை என்பது நுகர்வோர் பிரச்சனைகள் உருவான பிறகு அதைத் தீர்த்து வைக்க முயல்வதுவே ஆகும். இந்தப்பிரச்சனைகள் ஏற்படாமல் தடுத்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க இச்சட்டத்தால் முடிவதில்லை.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986இன் கீழ் தரப்பட்டுள்ள "குறிக்கோள்களும் அதற்கான காரணங்களும் குறித்த அறிவிப்புகள்" என்ற பிரிவை நீங்கள் பார்த்தால், அதன் முதன்மைக் குறிக்கோள் "நுகர்வோருக்கு சிறப்பான பாதுகாப்பு" என்பதாக இருக்கும். இச்சட்டம் நுகர்வோர் உரிமைகளை "பாதுகாத்தலும் மேம்படுத்துதலும்" என்ற பொறுப்பை அதிகாரமற்ற, பரிந்துரை மட்டுமே செய்யக்கூடிய மத்திய, மாநில, மாவட்ட அளவில் செயல்படும் நுகர்வோர் குறைதீர் மன்றங்களுக்கு அளித்துள்ளது (இந்த மன்றங்களில் பல செயல்படாத நிலையில் உள்ளன). இந்த மன்றங்கள் வழங்கி உள்ள தீர்ப்புகளும் உண்மையில் பரிந்துரைகளாகவே இருக்கும் (விதி 7, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விதிகள்).

இந்தச்சட்டம் நுகர்வோருக்கான ஆறு உரிமைகளைப் பட்டியல் இடுகின்றது என்றாலும் கூட, குறைகளைத் தீர்த்துக் கொள்வதற்கான உரிமை என்ற ஒன்றை மட்டும் அமலாக்கம் செய்வதற்கான முறையை நுகர்வோர் நீதியமைப்பு மூலம் செயல்படுத்த வழிவகை செய்துள்ளது. நுகர்வோரின் மற்ற உரிமைகளை போதுமான அதிகாரங்களுடன் அமலாக்கம் செய்வதற்கான அமைப்புகளை ஏற்படுத்த இந்தச் சட்டமானது தவறிவிட்டது. இதன் விளைவாக பல்வேறு ஏமாற்று நடவடிக்கைகளுக்கு நுகர்வோர்கள் உள்ளாகும் நிலைக்கு ஆளாகி உள்ளனர்.

மாநிலங்கள் அவையில் டிசம்பர் 10, 1986இல் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மசோதா மீதான விவாதத்துக்குப் பதில் அளிக்கும் போது மத்திய உணவு மற்றும் குடிமைப்பொருள் வழங்கல் அமைச்சர் ஹெச்.கே.எல்.பகத் இந்த மசோதா இழப்பீடு சார்ந்தது மட்டுமே; தண்டனை சார்ந்தது இல்லை என்பதை வலியுறுத்திக் கூறிஉள்ளார். மேலும் அவர் இந்த மசோதாவின் இயல்பானது நுகர்வோர் பிரச்சனைகளைத் தீர்த்து வைக்கத் தேவைப்படும் கால அளவைக் குறைப்பதோடு, உற்பத்தியாளர்கள் நுகர்வோர் உரிமைகளை மதிப்பதை மேம்படுத்தவும் செய்யும் என்றார்.

வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதென்றால் தீர்ப்பளிக்கும் அமைப்பே ஒரு முன் தடுப்பு முறையியலாகச் செயல்படும் என்று எதிர்பார்க்கப்பட்டது. ஆனால் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களால் இந்த எதிர்பார்ப்பைப் பூர்த்தி செய்யமுடியவில்லை. விசாரணை நடைபெறுவதற்கான மெதுவான நடைமுறைகள், நீதிமன்றங்கள் வழங்கும் குறைவான இழப்பீடுகள் ஆகிய அம்சங்கள் நுகர்வோர் உரிமைகளை மீறுகின்றவர்களின் மனதில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் குறித்த பய உணர்வை ஏற்படுத்தத் தவறிவிட்டன. எதிர்பார்த்தபடியே இவை செயல்பட்டு இருந்தாலும் கூட, ஒரு ஒழுங்குமுறை அமைப்புக்கு மாற்றானதாக இன்னமும் இது இல்லை.

பொருளாதாரக் கட்டுப்பாடுகளைத் தளர்த்தும் நடவடிக்கைகளில் அரசு ஈடுபடத்தொடங்குவதற்கு ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு முன்பு இச்சட்டம் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டது என்பதை நாம் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். கட்டுப்பாடற்ற சந்தைப்பொருளாதாரத்தில் போட்டியானது சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை அதிகரிப்பதில் முக்கிய பங்கு வகித்தது. அதுமட்டுமின்றி விலை மற்றும் கட்டணத்தைக் குறைக்கவும் செய்தது. தொலைத்தொடர்பியல், விமானப் போக்குவரத்து உள்ளிட்ட பல துறைகளில் இது நிகழ்ந்ததை நாம் பார்த்தோம். ஆனால் இதன் மறுபக்கத்தில் தீவிரமான போட்டியானது நேர்மையற்ற, நெறிபிறழ்ந்த சந்தை நடைமுறைகள் ஏற்படவும் வழி வகுத்தது. தொடக்க நிலையிலேயே சரி செய்யப்படாவிட்டால், நுகர்வோரை அவை கடுமையாகப் பாதிக்கும்.

அதே போன்று, டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பத்தின் அதிவிரைவான முன்னேற்றங்கள் உலகை ஒரு கிராமமாக சுருக்கியதோடு அறிவு வாசல்கள் பலவற்றைத் திறந்தும்விட்டன. இதனால் நுகர்வோருக்கு எண்ணற்ற வாய்ப்புகளும் அனுகூலங்களும் கிடைத்தன. இத்தகைய மாற்றங்களோடு புதிய பிரச்சனைகளும் சேர்ந்தே உருவாயின. ஆன்லைன் மோசடிகள், அடையாளத் திருட்டுகள், போலி ஏ.டி.எம் கார்டுகள், போலியான கிரெடிட் கார்டுகள் போன்ற பிரச்சனைகள் தோன்றின. இவை எல்லாம் சேர்ந்து டிஜிட்டல் யுகத்தில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பை மிகக் கவனமாகப் பார்க்கவேண்டிய தேவையை உருவாக்கிஉள்ளன. பிரச்சனைக்குரிய அம்சங்களை அடையாளம் காணுதல், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்த நவீன கருத்தாக்கச் சிந்தனையை ஒட்டி அவற்றுக்கான தீர்வுகளைக் கண்டறிய வேண்டிய தேவையும் ஏற்பட்டுள்ளது. அதனால்தான் பழைய சட்டத்திற்குப் பதில் புதிய சட்டத்தை அதற்கு மாற்றாக அறிமுகப்படுத்த வேண்டும் என்ற யோசனை தோன்றியது.

புதிய விடியல்

முன் மொழியப்பட்டுள்ள புதிய சட்டத்தில் உள்ள மிக முக்கியமான அம்சம் என்னவென்றால், மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஆணையம் என்ற ஒழுங்குமுறை அமைப்பு ஒன்றை உருவாக்குவதற்கான உள்பிரிவை உருவாக்கி இருப்பதுதான். நுகர்வோர் உரிமைகளைப்

பாதுகாக்க, மேம்படுத்த, நடைமுறைப்படுத்த என்று பல வகையான அதிகாரங்களுடன் இந்த ஆணையம் அமைக்கப்படுவதற்கு முன்மொழியப்பட்டு உள்ளது.

இந்த ஆணையத்தின் தலைமைப் பொறுப்பில் ஆணையர் இருப்பார். ஐந்து பிரிவுகளுக்கும் தலைவர்களாக ஐந்து துணை ஆணையர்கள் இருப்பார்கள். அந்த ஐந்து பிரிவுகள்:

1. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளில் பாதுகாப்பு
2. தரஉறுதியும் தரமதிப்பீடுகளும்
3. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டங்களை அமல்படுத்துதல்
4. தவறான விளம்பரங்கள் உள்ளிட்ட நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளைத்தடுத்தல்
5. நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் நஷ்டத்தைத் தடுத்தல், நுகர்வோர் ஒப்பந்தங்களில் நியாயமற்ற சொற்களைத் தடுத்தல் போன்றவை ஆகும்.

தற்போது முன்மொழியப்பட்டுள்ள புதிய சட்டமானது நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துவதையும் குறிக்கோளாகக் கொண்டுள்ளது. அதனோடு மாவட்ட, மாநில நிலைகளில் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களோடு இணைந்ததாக நுகர்வோர் சமரச மையங்களை நிர்மாணிக்கவும் முன்மொழியப்பட்டு உள்ளது. இந்த மையங்கள் பிரச்சனைகளுக்கு விரைவாகத் தீர்வுகளை அளிக்கும். குறையுள்ள ஒரு பொருளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஏற்படும் காயம், இறப்பு அல்லது சொத்துக்களுக்கு ஏற்படும் சேதம் ஆகியவற்றுக்கு அந்தப்பொருளின் உற்பத்தியாளரே பொறுப்பு என்றும் இந்தச் சட்டமானது தெரிவிக்கிறது. இந்தச்சட்டம் சிறப்பான முறையில் நடைமுறைப் படுத்தப்பட்டால், முன்மொழியப்பட்டுள்ள இந்தப் புதிய சட்டம் இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பை புரட்சிகரமானதாக்கும் என்பது உறுதியாகும்.

அட்டவணை:

வ. எண்	முகமையின் பெயர்	ஆரம்பத்தில் இருந்து தாக்கல் செய்யப்பட்டுள்ள வழக்குகள்	ஆரம்பத்தில் இருந்து முடித்து வைக்கப்பட்டுள்ள வழக்குகள்	நிலுவையில் உள்ள வழக்குகள்	முடித்து வைக்கப்பட்ட வழக்குகள்
1	**தேசிய ஆணையம்**	113117	97571	15546	86.26%
2	**மாநில ஆணையங்கள்**	760786	651797	108989	85.67%
3	**மாவட்ட குறைதீர் மன்றங்கள்**	3995088	3692798	302290	92.43%
	மொத்தம்	4868991	4442166	426825	91.23%

ஆதாரம்: இந்திய அரசின் நுகர்வோர் உறவுகள் துறையின் வலைத்தளத்தில் இருந்து எடுக்கப்பட்டது.

- **புஷ்பா கிரிமாஜி**, பத்திரிக்கை கட்டுரையாளர், நுகர்வோர் சட்டம் மற்றும் பாதுகாப்பில் வல்லுநர். நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்ட மசோதாவை உருவாக்க நுகர்வோர் உறவுகள் துறை 2015இல் அமைத்த குழுவில் உறுப்பினராக இருந்துள்ளார். •

நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு: வழிமுறைகளும், இனிவரும் அணுகுமுறைகளும்

- Dr. B.C. குப்தா

சமீபத்தில் ஐக்கிய நாட்டு பொதுச் சபையால் திருத்தியமைக்கப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கான வழிகாட்டுதல்கள், உறுப்பு நாடுகளின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் கொள்கைகள் விரைவாகவும், நியாயமானதாகவும், செயல்படுத்தக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும் என்று கேட்டுக்கொண்டது. இந்த வழிகாட்டுதல்களின்படி ஒவ்வொரு நாடும் தற்போதுள்ள நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு அமைப்பை மீண்டும் பரிசீலித்து, மிகக்குறைந்த நிதி பங்களிப்பு உள்ளவர்களுக்கும், நாட்டின் தொலைதூரப்பகுதிகளில் வசிப்பவர்களுக்கும் நியாயம் கிடைக்கும் வகையில் செயல்படுத்த வேண்டும் என்ற எண்ணம் தோன்றியுள்ளது.

முதன்முதலாக, ஐக்கிய நாட்டு பொதுச்சபை 16.4.1985இல் தீர்மானம் 39/248 மூலம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கான வழிகாட்டுதல்களை உருவாக்கியது. பிறகு, பொருளாதார மற்றும் சமூகக்கவுன்சில் இதனை 26.7.1999 தேதியின் தீர்மானத்தின்படி விரிவுபடுத்தியது. அதன் அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

நுகர்வோர் தங்களுடைய குறைகளுக்குத் தீர்வு பெற ஏற்பாடுகள்.

நுகர்வோர், தனிநபர் அல்லது ஒரு அமைப்பு, தங்களுடைய குறைகளுக்கு விரைவாகவும், நியாயமாகவும், மலிவாகவும் எளிதாக அணுகக்கூடிய முறையிலும் தீர்வுகளைப் பெற தேவையான சட்ட

மற்றும் நிர்வாக அமைப்பு ஏற்பாடுகளை அரசுகள் அமைக்க வேண்டும். இந்த ஏற்பாடுகள் மிகக்குறைந்த வருமானம் உள்ள நுகர்வோரையும் கருத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

22.12.2015இன் தீர்மானம் 70/186இன் படி ஐ.நா பொதுச்சபை புதிய வழிகாட்டுதல்களை அறிவித்தது. அவைகளாவன:

11. (f) நுகர்வோர் குறைகள் மற்றும் வழக்குகள்

வணிக நிறுவனங்கள், நுகர்வோரின் குறைகளைத் தீர்க்க விரைவான, நியாயமான, வெளிப்படையான, மலிவான, எளிதில் அணுகக்கூடிய சிறந்த அமைப்பை உருவாக்கி நுகர்வோருக்கு அதிக செலவும், சுமையும் இல்லாத வகையில் செயல்படுத்தவேண்டும். வியாபார நிறுவனங்கள் இந்திய மற்றும் பன்னாட்டுத் தரங்களுக்கு ஏற்ப அவர்களே குறைகள் தீர்க்கும் முறைகளையும், பிற குறைதீர்ப்பு முறைகளையும், நுகர்வோர் திருப்தி முறைகளையும் கடைபிடிக்கவேண்டும்.

14. உறுப்பு நாடுகள் நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பை ஊக்குவிக்கும் கொள்கைகளை மேற்கொள்ளவேண்டும். நியாயமான ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய செலவில் விரைவாக குறைகளைத் தீர்க்கவேண்டும்.

வழக்கு மற்றும் குறைதீர்ப்பு

உறுப்பு நாடுகள் தங்களுடைய உள்நாட்டு நுகர்வோர், வெளிநாட்டிலிருந்து வருபவர்கள் சார்ந்த நுகர்வோர் குறைகளையும், வழக்குகளையும் நியாயமாகவும், சிறப்பாகவும் வெளிப்படையாகவும், பாரபட்சமின்றியும் தீர்க்க நிர்வாக, நீதி சார்ந்த மற்றும் பிற வழக்குத்தீர்வு முறைகளைப் போற்றவேண்டும். உறுப்பு நாடுகள் நீதி சார்ந்த நிர்வாக அமைப்புகளை ஏற்படுத்தி முறைப்படுத்தப்பட்ட அல்லது முறைப்படுத்தப்படாத செயல்முறைகள் மூலம் நுகர்வோரின் குறைகளை விரைவாகவும், நியாயமாகவும், வெளிப்படையாகவும், மலிவாகவும், எளிதாக அணுகும் வகையிலும் செயல்படுத்த வேண்டும். இந்த வழிமுறைகளில் மிகவும் பாதிக்கப்பட்ட நலிந்த நுகர்வோருக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட வேண்டும்.

நுகர்வோர் என்பது, இப்படி விளக்கப்பட்டிருக்கிறது

இந்த வழிகாட்டுதல்களின்படி நுகர்வோர் என்பவர் ஒரு நபர், அவர் எந்த நாட்டைச் சேர்ந்தவராகவும் இருக்கலாம். அவர், தனக்காகவும் குடும்பத்தாருக்காகவும் ஒரு பொருளைப் பயன்படுத்துகிறார். உறுப்பு நாடுகள், தங்களுடைய சமூக நிலைமைகளுக்கு ஏற்ப இந்த விளக்கத்தை மாற்றியமைத்துக் கொள்ளலாம்.

ஐக்கிய நாடுகள் பொதுச்சபையில் இந்த தீர்மானம் நிறைவேற்றப்பட்ட பின் இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 இயற்றப்பட்டு 15.4.1987 முதல் செயல்பாட்டிற்கு வந்தது. இந்தச் சட்டத்தின்கீழ், நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு முறைகள் மூன்றடுக்காக செயல்படுத்தப்பட்டன. இதன்படி, நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு அமைப்புகள், மாவட்ட, மாநில மற்றும் தேசிய அளவில் செயல்பட்டன. மாவட்ட அளவிலான நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு அமைப்பில் மாவட்ட நீதிபதி அந்தஸ்தில் உள்ள சட்ட அலுவலர் தலைவராக இருப்பார்; மாநில அளவில் ஓய்வு பெற்ற உயர்நீதிமன்ற நீதிபதியும், தேசிய அளவில் ஓய்வுபெற்ற உச்சநீதிமன்ற நீதிபதியும் தலைவர்களாக இருப்பார்கள். இந்த நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு அமைப்புகள் தங்களிடம் அளிக்கப்பட்ட 90 சதவிகித வழக்குகளுக்கு தீர்ப்புகள் வழங்கியுள்ளன. ஆனால், இந்த அமைப்புகளிடம் நடப்பில் உள்ள வழக்குகளை ஆராயும் போது, அவை பல காரணங்களுக்காக நெடுங்காலமாக கிடப்பில் உள்ளது அறியப்படுகிறது. நீண்ட நெடிய வழக்காடு முறைகளும், போதிய உள் கட்டமைப்பு வசதிகள் இல்லாமையும் அதற்கு முக்கியக்காரணங்கள். பல வழக்குகளில் நுகர்வோரின் குறைகளை சிவில் குற்ற நீதியின் அடிப்படையில் வழக்கறிஞர்கள் பதிவுசெய்கிறார்கள். இதனால், பெருமளவிலான ஆதாரங்களும், ஆவணங்களும் சமர்ப்பிக்கப்படுவதால் மிகுந்த செலவு ஏற்படுகிறது. பொதுத்துறை மற்றும் தனியார் துறையிலுள்ள உற்பத்தியாளர்கள் பொருள் மற்றும் சேவைகளை விநியோகம் செய்பவர்கள் இந்த வழக்குகளை நீண்ட காலத்திற்கு இழுத்தடிப்பதற்கான வசதி உள்ளதால் ஏழை எளிய நுகர்வோருக்கு நியாயம் மறுக்கப்படுகிறது. இந்த முறைகளில், தங்களுடைய குறைகளைத் தீர்த்துக்கொள்ள நுகர்வோர். நேரமும் பண வசதியும் இல்லாத நிலையில் அணுக முடிவதில்லை. வழக்கறிஞர்கள் இல்லாமலேயே வழக்குகளை நுகர்வோர் பதிவு செய்யமுடியும். ஆனால், வணிகர்கள் அமர்த்தும் பெரிய சட்ட நிபுணர்களை அவர்களால் சமாளிக்க முடிவதில்லை. உண்மையில், குறைதீர்க்கும் அமைப்பின் தீர்ப்பு வெளியான பின்பும் அதனை செயல்படுத்துவதற்காக மற்றொரு அமைப்பில் இதனை எடுத்துச் செல்லவேண்டியுள்ளது. ஆகவே, உண்மையில் நுகர்வோர் பலர் தங்களுடைய குறைகளை சட்டப்படி அமைக்கப்பட்டுள்ள இந்த அமைப்புகளிடம் எடுத்துச்செல்வதில்லை. பெருநகரங்களிலிருந்து மிகத் தொலைவில் உள்ள மாவட்ட குறைதீர்க்கும் அமைப்புகள் மிகப்பெரும் செலவில் அமைக்கபட்டிருந்தாலும் அங்கு 100 அல்லது 200க்கும் குறைவான வழக்குகளே நிலுவையில் உள்ளதைக் காணமுடியும்.

ஐ.நா பொதுச்சபையின் வழிகாட்டுதல்களின் படி “மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளாக” அறிவிக்கப்பட்டுள்ளவை நடுவர் மன்ற, சமரச, சட்ட முறையிலான குறைதீர்ப்பு அமைப்புகளாகும். இதன் முக்கிய நோக்கம் குறைகளை விரைவாகவும், நியாயமாகவும், வெளிப்படையாகவும தீர்த்து வைக்கவேண்டும் என்பதே. இந்தியாவின் சிவில் வழக்கு முறைகள் பிரிவு 89இன்படியும் சட்ட சேவைகள் ஆணையம்சார் சட்டம் 1987இன் படியும், சிறந்த சட்டப்பூர்வமான அமைப்புகள் உள்ளன.

சிவில் வழக்கு முறைகள் 1908இன் பிரிவு 89

சிவில் நடைமுறைகள் சட்ட குறியீடு 1908 (1908ஆம் ஆண்டின் 5வது சட்டம்), பிரிவு 89 மல்லிமத் குழு பரிந்துரைகளின்படி 1999ஆம் ஆண்டு சட்டம் 46வது திருத்தத்தின்படி உருவாக்கப்பட்டது. 1.7.2002 முதல் செயல்பட்ட இந்த திருத்தத்தின் விளக்கங்கள் பின்வருவன:

பிரிவு 89. நீதிமன்றங்களுக்கு வெளியே தீர்க்கப்படும் வழக்குகள்

1) ஒரு வழக்கில் நீதி மன்றங்களுக்கு வெளியே உடன்பாடு ஏற்படக்கூடிய நிலையில் நீதிமன்றம்

அனைத்து சாராரின் ஒப்புதலின்படி அதை நடுவர் மன்றத்திற்கோ, சமரசத்திற்கோ, பொது மக்கள் குறைதீர்ப்பு சட்ட அமைப்புகளின் முன்போ வைக்கப்படலாம்.

2) a) நடுவர் மன்றத்திடம் சமர்ப்பிக்கப்படும் வழக்குகள் நடுவர் மன்ற குறைதீர்ப்பு சட்டம் 1996இன் அடிப்படையில் தீர்வு செய்யப்படும்.

b) லோக் அதாலத் எனப்படும் பொது குறைதீர்ப்பு அமைப்பிடம் சமர்ப்பிக்கப்படும் வழக்குகள் சட்டச்சேவைகள் ஆணையம் சட்டம் 1987இன் பிரிவு 20இன் படி குறைதீர்க்கப்படும்.

c) ஒரு தனி நபர் அல்லது அமைப்பிடம் சட்டபூர்வத்தீர்வுக்கு நீதிமன்றத்தால் பரிந்துரைக்கப்பட்டு, சட்டச்சேவைகள் ஆணைய சட்டம் 1987இன் அடிப்படையில் லோக் அதாலத் முறைப்படி குறைதீர்க்கப்படும்.

d) ஒரு வழக்கு சமரசத்தின் மூலம் தீர்க்கப்பட முடியும் என்று நீதி மன்றம் நினைத்தால் அதற்குண்டான வழிமுறைகளை வகுத்து குறைதீர்க்கப்படும்.

சட்டச்சேவைகள் ஆணையச் சட்டம் 1987 (1987இன் 39வது சட்டம்)

1995இல் செயல்படுத்தப்பட்ட சட்டச்சேவைகள் ஆணையச்சட்டம் 1987இன்படி பதவியிலுள்ள மற்றும் ஓய்வு பெற்ற சட்ட அலுவலர்கள், சமூகசேவகர்கள் மற்றும் பிறரைக்கொண்டு அவ்வப்போது, லோக் அதாலத் எனப்படும் மக்கள் நீதிமன்றங்கள் அமைக்கப்படும். தற்போது, நீதிமன்றங்கள் முன் நிலுவையிலிருக்கும் வழக்குகள் அல்லது புதிதாக கொண்டுவரப்படும் வழக்குகள் இந்த மக்கள் நீதிமன்றங்களுக்கு மாற்றப்பட்டு அவை நீதி, சமத்துவம் மற்றும் நியாயமான செயல்பாடுகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் இரு சாராருக்குமிடையே ஒரு தீர்வை ஏற்படுத்தமுடியும். இந்தச் சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பல பொதுநலச்சேவைகளுக்கு நிரந்தர மக்கள் நீதிமன்றங்களை அமைக்க வழிவகை உண்டு. இந்தச்சட்டத்தின் 21வது பிரிவின்படி இந்த மக்கள் நீதிமன்றங்களால் வழங்கப்படும் தீர்ப்புகள் சிவில் நீதிமன்றங்களுக்கு இணையான தீர்ப்புகள் ஆகும். இரு சாராரும் அதை ஏற்றுக்கொள்ளவேண்டும். மேல் முறையீட்டுக்கு சாத்தியமில்லை. இந்த மக்கள் நிதிமன்றங்கள் செயல்படும் முறைகள் சட்டபூர்வமான செயல்பாடுகளாகக் கருதப்படுகின்றன. இந்த நீதிமன்றங்கள் ஆதாரங்களைப் பெறவும், ஆவணங்களை கொண்டுவரச்செய்யவும் பொது ஆவணங்களை வெளிப்படுத்த செய்யவும் அதிகாரங்கள் உடையவை.

மேற்கூறப்பட்டவைகளைப் பார்க்கும்போது மக்கள் நீதிமன்றங்களில் ஒரு வழக்கு தீர்வுக்கு வரும்போது இந்தக் குறைதீர்ப்பு ஒரு முடிவுக்கு வருவதை உணர்கிறோம். இந்தத் தீர்வை செயல்படுத்துவதற்கு தனியாக விண்ணப்பிக்கத் தேவையில்லை. இந்தத்தீர்ப்பை எதிர்த்து மேல்முறையீடோ, மறுஆய்வோ செய்யமுடியாது. ஆகவே, முக்கிய நோக்கங்களான விரைவான, மலிவான நீதி இதன் மூலம் செயல்படுத்தப்படுகிறது. மக்கள் நீதி மன்றத்தால் ஒரு வழக்கை தீர்க்கமுடியவில்லை என்றால் அது, தகுந்த நீதிமன்றத்துக்கு திருப்பி அனுப்பி வைக்கப்பட்டு பாரம்பரிய முறையிலான தீர்வு வழங்கப்படும். இந்த மக்கள் நீதிமன்றங்கள் தேசிய, மாநில மற்றும் மாவட்ட அளவில் அமைக்கப்பட்டுள்ள சட்டச்சேவைகள் ஆணையச்சட்டத்தின் அடிப்படையில் அமைக்கப்படவேண்டும் என்று இந்தச்சட்டம் கூறுகிறது. தேசிய அளவில் உச்சநீதிமன்றத்தின் இந்நாள் மற்றும் முன்னாள் நீதிபதிகளைத் தலைவர்களாகக் கொண்ட தேசிய சட்டச்சேவைகள் ஆணையம் செயல்படுகிறது. பிற உறுப்பினர்கள் நியமிக்கப்படுகின்றனர். மாநிலஅளவில் இந்நாள், முன்னாள் உயர்நீதிமன்ற நீதிபதிகள் தலைவராகவும், அந்த மாநில உயர்நீதிமன்றத்தின் தலைமை நீதிபதி புரவலராகவும் இருப்பார். மாவட்ட மற்றும் செஷன் நீதிபதி மாவட்ட ஆணையத்தின் தலைவராக இருப்பார். பிற உறுப்பினர்கள் நியமிக்கப்படுவர். உச்ச நீதிமன்ற, உயர் நீதிமன்ற மற்றும் தாலுகா அளவில் சட்ட சேவைகள் குழுக்களும் அமைக்க இந்த சட்டத்தில் வழிவகை செய்யப்பட்டுள்ளது.

சிவில் செயல்முறைக் குறியீடு சட்டத்தின் 89 பிரிவின் அடிப்படையில் அமைக்கப்பட்டுள்ள இந்த

செயல்முறையின் சட்ட மற்றும் சரியான தன்மை பற்றி உச்சநீதிமன்றத்தின் முன் பல ரிட் வழக்குகள் உள்ளன. இரண்டு வெவ்வேறு சமயங்களில் மூன்று உறுப்பினர் அமர்வு அளித்த தீர்ப்பின்படி பிரிவு 89 கட்டாயம் என்று கூறப்பட்டுள்ளது. இந்த தீர்ப்புகள் "சேலம் வழக்கறிஞர்கள் பார் அசோசியேஷன் Vs யூனியன் ஆஃப் இந்தியா (2003-1 SCC 49) மற்றும் மீண்டும் "சேலம் வழக்கறிஞர்கள் பார் அசோசியேஷன் Vs யூனியன் ஆஃப் இந்தியா (2005-06, SCC 344) ஆகிய வழக்குகளில் இவ்வகையான தீர்ப்புகள் வழங்கப்பட்டன. என்ற சிலவழக்குகளில் மிகப்பிரபலமான தீர்ப்பில் உச்சநீதிமன்றம் பின்வரும் நிலைமைகளில் "மாற்று குறைதீர்ப்புமுறைகளைப் பரிசீலிக்கவேண்டியது கட்டாயமாகும்" என்று கூறியது:-

1. வழக்கமாக மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளுக்கு பொருந்தியவை
2. வணிகர் / உறபத்தியாளர் சேவை வழங்குவோர் தங்களுடைய மற்றும் தங்களுடைய பொருட்களின் மதிப்பை தக்கவைத்துக்கொள்வது உள்ளிட்ட எல்லா நுகர்வோர் வழக்குகளிலும்

சமீபத்தில் மருத்துவ சிகிச்சையில் கவனமின்மை சார்ந்த ஒரு வழக்கு 23 வருட வழக்காடலுக்கு பிறகு முடிவுற்றது. அதன் தீர்ப்பில் உச்சநீதிமன்றம் இவ்வாறு தெரிவித்தது.

"16. இந்தத் தீர்ப்பின் முடிவை சொல்வதற்கு முன் நுகர்வோர் தீர்ப்பாயத்தில் இருக்கவேண்டிய நீதிநிர்வாகம் பற்றிய ஒரு முக்கிய நிலைப்பாட்டைக் கூறவேண்டும். நுகர்வோர் நீதி மன்றத்திற்கு சேவை சார்ந்த குறைகளைக் கொண்டுவரும் ஒருவருக்கு உடனடி நிவாரணம் தேவை. நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களை அமைத்ததன் நோக்கமே விரைவான தீர்வாகும். உலகளாவிய நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கத்தின் பின்னணியில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986 இயற்றப்பட்டது. இந்த சட்டத்தின் அடிப்படை 9 ஏப்ரல் 1985இல் ஐக்கிய நாடுகளின் பொதுச்சபை நிறைவேற்றிய தீர்மானத்தின்படி அமைந்துள்ளது. இந்தத்தீர்மானத்தில் இந்தியாவும் கையெழுத்திட்டிருந்தது. விரைவில் குறைதீர்ப்பது சம்மந்தமான பாதுகாப்பு இந்த சட்டத்தில் வழங்கப்பட்டுள்ளது. இந்தச்சட்டத்தில் இயற்றப்பட்டுள்ளவை ஏற்கனவே உள்ள சட்டத்தீர்வுகளுக்கும் கூடுதலானவை. ஆகவே, இந்தச்சட்டம் கூடுதல் நிவாரணங்களை அளிக்கிறது. இந்தச்சட்டத்தின்கீழ் அமைக்கப்படும் அமைப்புகளுக்கு நீதிமன்றங்களைப் போன்ற அதிகாரங்கள் உண்டு. இழப்பீடுகள் வழங்குவதன் மூலம் பொருட்கள் / சேவைகளை வழங்குவோரின் அணுகுமுறையில் சிறந்த மாற்றங்கள் எதிர்பார்க்கப்படுகின்றன.

17. இந்தச்சட்டத்தின் மேற்கூறப்பட்ட நோக்கங்களின் அடிப்படையில் பார்க்கும்போது, இந்த வழக்கின் விவாதத்தில் நுகர்வோர் அமைப்பின் செயல்பாடுகள் பற்றிய கீழ்க்கண்ட பிரச்சினைகள் வெளிப்பட்டன :

(i) வழக்குகளை விரைவாக முடிவுக்கு கொண்டு வரவேண்டியதன் அவசியம்.
(ii) நீதி கிடைப்பதற்கு ஒரு அம்சமாக கருதப்படும் பிற குறைதீர்ப்பு வழிமுறைகளை கட்டாயம் கையாள வேண்டும்.

18. நுகர்வோருக்கு விரைவாக தீர்வு வழங்க இந்த சட்டத்தில் பிரிவு 24Bஇன் கீழ் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளலாம். நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு தேசிய அமைப்பிற்கு எல்லா மாநில அமைப்புகள் மீதும் நிர்வாகக்கட்டுப்பாடு உண்டு. ஆகவே, வழக்குகள் விரைவாக முடிக்கப்படுகின்றனவா என்பதைக் கண்காணிக்க தேசிய கமிஷன் தேவையான கண்காணிப்பு வழிமுறைகளை அமைத்துக் கொள்ளலாம். வழக்குகள் பல நிலைகளில் நெடுங்காலமாக இருப்பது இந்தச்சட்டத்தின் நோக்கத்தையே பாழடிக்கிறது. இந்த நிலைமையை ஆராய்ந்து தக்க நடவடிக்கைகள் எடுக்கவேண்டும் என்று தேசிய கமிஷனை நாங்கள் கேட்டுக்கொள்கிறோம். இந்த வகையில் ஹீசேன் Vs ஸ்டேட் ஆஃப் யூபி (2017-5 SCC - 702 பத்தி 22)ல். இது சார்ந்த செயல்பாட்டுக்களை சுட்டிக்காட்டியிருப்பதை நாங்கள் குறிப்பிடவிரும்புகின்றோம். வீடியோ கான்பரன்சிங் மூலமாக சிறப்பு சாட்சிகளை விசாரிக்கும் முறையை தேசிய கமிஷன் பரிசீலிக்கவேண்டும்.

19. மற்றொரு பிரச்சினை மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளைப் பற்றியதாகும். 1999ஆம் ஆண்டின் 46வது சட்டத்தின்படி சிவில் நடைமுறை குறியீடு சட்டத்தில் பிரிவு 89 சேர்க்கப்பட்டு நீதி மன்றங்களுக்கு வெளியே இந்த வழக்குகளை தீர்த்து வைப்பதற்கான வழிவகைகள் விளக்கப்பட்டுள்ளன. இந்தச் சட்டவழிமுறைகள் சிவில் நீதிமன்றங்களுக்கு ஏற்புடையது என்றாலும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின் நோக்கத்தின் அடிப்படையில் பார்க்கும் போது இது நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களுக்கும் பொருந்தும். ஆகவே, இந்த ஏற்பாட்டை நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் கட்டாயம் செயல்படுத்த வேண்டும். இது சார்ந்த உத்தரவுகளைப் பிறப்பிக்குமாறு நாங்கள் தேசிய கமிஷனைக் கேட்டுக்கொள்கிறோம்.

20. சட்டச்சேவைகள் ஆணையச் சட்டம் 1987இன் அடிப்படையில் தேசிய கமிஷனும், மாநிலக் கமிஷன்களும் தேசிய சட்ட சேவைகள் ஆணையம் மற்றும் மாநில சட்ட சேவைகள் ஆணையங்களோடு ஒருங்கிணைந்து செயல்படலாம்.

இனிவரும் பாதை

இதுவரை நாம் கண்டதுபோல், ஐக்கியநாடுகள் சபையின் வழிகாட்டு நோக்கங்களான நியாயமான, வெளிப்படையான, நிறைவான, மலிவான நுகர்வோர் குறைதீர்ப்புக்கு, இந்தியாவில் மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளுக்கு சட்டரீதியான அங்கீகாரங்கள் உள்ளன என்பது புலப்படுகிறது. ஆகவே, இந்த முறையில் நுகர்வோர் குறைகளைத் தீர்ப்பதற்கு ஏற்ற

செயல்பாட்டு வழிமுறைகளை உருவாக்குவது மிகவும் அவசியமாகும். நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986இல் கூறப்பட்டுள்ளது போல, மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு அமைப்புகளின் உருவாக்கம் சட்ட சேவைகள் ஆணைய சட்டத்தின் அடிப்படையில் மக்கள் நீதிமன்றங்களை அமைப்பதைப் போலவே இருக்கிறது என்பது வரவேற்கத்தக்கதாகும். மாவட்ட நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு மன்றத்தின் தலைவராக ஒரு சட்ட அலுவலர் இருப்பார். மேலும், ஒரு பெண் உட்பட இரண்டு உறுப்பினர்கள் இருப்பார்கள். இந்த அமைப்பு தேசிய, மாநில மற்றும் மாவட்ட சட்டச்சேவைகள் ஆணையங்களினால் லோக் அதாலத்தாக அறிவிக்கப்பட்டு அதற்குண்டான அதிகாரங்கள் வழங்கப்படலாம்.

லோக் அதாலத் முறைகள் சார்ந்த செயல்பாடுகளை அடுத்து, ஆகஸ்ட் 2005இல் தேசிய கமிஷன் ஒரு ஆணையை பிறப்பித்து மாவட்ட மற்றும் மாநில கமிஷன்கள் ஒவ்வொரு வாரக்கடைசி நாளிலும் மக்கள் நீதி மன்றங்களாகச் செயல்பட வேண்டும் என்று அறிவித்திருந்தது. இது அல்லாமல், அந்தக்கூட்டங்களில் உள்ளூரில் பிரபலமான ஒருவரை அழைத்து அவர்முன் நுகர்வோர் குறைதீர்ப்புகளை மேற்கொள்ள வலியுறுத்தப்பட்டது. இந்த ஆணைகளை மாவட்ட / மாநில கமிஷன்கள் எப்படி செயல்படுத்துகின்றன என்பதைத் தொடர்ந்து கண்காணிக்கவேண்டும்.

இது போலவே, ஜூலை 2007இல் இத்தாலி நாட்டு ட்யூரின் நகரத்தில் நடைபெற்ற பன்னாட்டுப் பணியாளர் நலஅமைப்பின் பன்னாட்டுப் பயிற்சி மையத்தின் முன்பு, லோக் அதாலத் மூலமாக மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளில் பணியாளர் நல வழக்குகளைத் தீர்த்து வைக்கவேண்டும் என்று விளக்கப்பட்டது. ஐக்கியநாடுகளின் வழிகாட்டுதல்கள் எப்படிச் செயல்படுகின்றன என்பது பற்றி ஐக்கிய நாடுகளின் வர்த்தக மற்றும் மேம்பாட்டு அமைப்பு 26, 27 அக்டோபர் 2017இல் புது டெல்லியில் ஏற்பாடு செய்திருந்த "புதிய சந்தைகளில் நுகர்வோருக்கு அதிகாரம் அளித்தல்" என்ற தலைப்பில் நடந்த நுகர்வோர் பாதுகாப்பு வட்டாரக்கருத்தரங்கில் இந்த மாற்றுக்குறைதீர்ப்பு முறைகள் பற்றி மீண்டும் விவாதிக்கப்பட்டன. ஆகவே, நிர்வாகம் மற்றும் நீதிசார் ஆணையங்களும், அமைப்புகளும் நிலைமைகளை ஆராய்ந்து மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளை செயல்படுத்தி விரைவான மற்றும் மலிவான நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு நோக்கங்களை அடைய வழிவகை செய்யவேண்டும். சட்டங்களில் கூறப்பட்டுள்ளது போல் பிரபலமான உள்ளூர் மக்களை இந்த அமைப்புகளில் சேர்க்கவேண்டும்.

தற்போதுள்ள வலைதளம்சார் வணிகம், மின்னணுசார்ந்த உலகப்போக்கில் மாற்று குறைதீர்ப்பு முறைகளை பற்றி கூற வேண்டிய அவசியம் இல்லை. ஐக்கிய நாடுகளின் சுமார் 250 நுகர்வோர் குழுக்களை உள்ளடக்கிய நுகர்வோர் பன்னாட்டு அமைப்பு 2018ஆம் ஆண்டை வலைதள வணிக ஆண்டாக அறிவித்துள்ளது. 2017க்கான முழக்கம் "சிறந்த மின்னணு உலகம்" என்பதாக இருந்தது.

பிரிட்டனில், 1.10.2015 முதல் நுகர்வோர் உரிமை சட்டம் 2015 என்ற புதிய சட்டம் பிரகடனப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. அதில் பொருள்கள், சேவைகளோடு கூட "மின்னணு பொருள்களும்" சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. ஆகவே, நுகர்வோர் குறைகளை விரைவாகத் தீர்ப்பதற்கு, குறிப்பாக அண்டை நாட்டு எல்லைகளுக்கு உட்பட்டவைகளில், நாம் வலைதளம் மூலம் குறைகளை தீர்க்க முயற்சிக்கவேண்டும். இதன் ஒரு துவக்கமாக, பெங்களூருவிலுள்ள இந்திய தேசிய சட்டப்பள்ளி பல்கலைக்கழகத்தில் வலைதளம்சார் சமரசமையம் துவங்கப்பட்டுள்ளது.

ஆகவே, ஐக்கியநாடுகளின் வழிகாட்டுதல்களின்படி நாட்டின் மூலைமுடுக்குகளில் உள்ள எளிதாக அணுக முடியாத இடங்களில் வாழும் அனைத்து நுகர்வோரின் குறைகளையும் தீர்க்க மாற்று குறைதீர்ப்பு மற்றும் வலைதளம்சார் குறைதீர்ப்பு செயல்முறைகளை உடனடியாக மேற்கொள்ள வேண்டும்.

- **Dr. B.C. குப்தா**, உறுப்பினர், தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு வாரியம்.

“நிதிச்சேவைகளில் நுகர்வோரையும் உள்ளடக்குதல்: பிரச்னைகளும் தீர்வும்

- டாக்டர் ஜி.சுந்தரம்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு பற்றிய ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் வழிகாட்டு நெறிமுறைகள் மிகவும் மதிப்புமிக்கக் கொள்கைகளாகும். நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான சட்டம், நடைமுறைப்படுத்தும் நிறுவனங்கள், குறைதீர்க்கும் நடைமுறைகள் ஆகியவற்றை பற்றியதாகும் இது. 1985 ஏப்ரல் மாதத்தில் ஐ.நா பொதுச்சபை இந்த வழிகாட்டுதல்களை தீர்மான எண்39/248 மூலம் முதன்முதலில் நிறைவேற்றியது. பிறகு ஜூலை 1999இல் இந்தத் தீர்மானம் விரிவாக்கப்பட்டது. பிறகு மீண்டும் திருத்தி அமைக்கப்பட்டு தீர்மான எண் 70/186 மூலம் டிசம்பர் 2015இல் ஐ.நா பொதுச்சபையில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது.

2015ஆம் ஆண்டு ஐ.நா பொதுச்சபை வழிகாட்டுதல்கள், நிதிசேவைகள் பற்றிய ஒரு பிரிவையும் முதன்முறையாக கொண்டிருந்தது. பொறுப்பான முறையில், கௌரவமாகக் கடன்வழங்குவதற்குக் கடைபிடிக்கவேண்டிய நெறிமுறைகள் பற்றிய பரிந்துரைகள் இதில் இடம் பெற்றிருந்தன. நிதி சார்ந்த சேவைகளை நுகர்வோர் பெறுவதற்கு பாதுகாப்பு வழங்குதல், நிதிசார்கல்வி, நிதிசார்செயல்பாடுகளில் அனைவரையும் உள்ளடக்கிக் கொள்ளுதல் போன்றவற்றிற்கு இதில் பரிந்துரைகள் செய்யப்பட்டிருந்தன.

உலகளாவிய நிதிநெருக்கடியும் அதன் காரணமாக ஏற்பட்ட விளைவுகளும் நுகர்வோருக்கு அதிகபட்சப்பாதுகாப்பை வழங்கவேண்டும் என்று உணரச்செய்தன. இந்த சிந்தனை, நிதிசார் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு 2011 பற்றிய உயர்நிலைக் கொள்கைகளை வெளிப்படுத்தச்செய்தன. ஐ.நா பொதுச்சபை அங்கீகரித்தபடி பார்க்கும்போது, நன்கு செயல்படக்கூடிய ஒரு சந்தையில் நிதியின்

நிலைத்தன்மை, வளர்ச்சி, திறமை, புதுமைபடைத்தல் ஆகியவற்றை நுகர்வோரின் நம்பிக்கையும், உறுதிப்பாடும் காலப்போக்கில் ஊக்குவிக்கிறது. சமீபத்தில் ஏற்பட்ட நிதி நெருக்கடி, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு பற்றிய பார்வையைப் புதுப்பிக்கச்செய்து இருக்கிறது. நிதிசிக்கல் ஏற்பட்டாலும் ஏற்படாவிட்டாலும் அரசாங்கம், தன்னார்வத்தொண்டு அமைப்புகள் ஆகியவற்றின் பெருமுயற்சியாக நுகர்வோர்பாதுகாப்பு இருக்கவேண்டும். நுகர்வோரை உள்ளடக்குவதும், பாதுகாப்பு தருவதும் இந்தவகையில் முக்கியமானவை.

தங்களின் உரிமைகள், கடமைகள் பற்றிய தெளிவுடன் நுகர்வோர் இருக்கும்போது அவர்களுக்கு அதிகாரம் கிடைக்கிறது. அவர்களால் தங்களைப் பாதுகாத்துக்கொள்ள முடிகிறது. நுகர்வோருக்கு, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு பற்றிய கல்வி அளிப்பதே உயர் முன்னுரிமையாக இருக்கவேண்டும். தொழில்களுக்கும் சந்தையில் இருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே வழிவழியாக இருந்துவரும் சமச்சீரற்ற தகவல் பரிமாற்றத்தை சமநிலைப்படுத்த வேண்டும்.

இதைச் சொல்வது எளிது, செயல்படுத்துவது கடினம். இதில் கல்வி அமைப்புகள், தொழில் அமைப்புகள், நுகர்வோர் அமைப்புகள், ஊடகம் போன்ற பல்வேறு அமைப்புகளும் பங்கேற்க வேண்டியிருக்கிறது. நவீன காலத்தின் மின்னணு வர்த்தகமும் இங்கு கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

இந்தவகையில் நிதிச்சேவை அமைப்புகள் சிக்கல் மிக்கவை. நாள்தோறும் எண்ணற்ற மின்னஞ் சல்கள் மூலம் ஏகப்பட்ட சலுகைகள் பற்றி நுகர்வோர் தெரிவிக்கப்படுகிறார். இவை பற்றி அவர் சரியாக புரிந்துகொள்ளமுடிவதில்லை. 1986 முதல் இந்தியாவில் நுகர்வோர் சட்டம் இருந்து வருகிறது. நிதி சேவைகளுக்கென தனிப்பட்ட நுகர்வோர் சட்டம் தேவைதானா? என்ற கேள்வி எழுகிறது. பல்வேறு பிரிவுகளுக்கான சட்டங்கள் ஏற்கனவே இருக்கின்றன. ஆனால் அவை எந்த அளவுக்கு திறன் மிக்கவையாக இருக்கின்றன என்பது பற்றிய சந்தேகம், சாதாரண நுகர்வோருக்கு இருக்கிறது. தற்போதைய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் தற்போது திருத்தம் செய்யப்பட்டுவருகிறது. நிதிசார்சேவைகளில் பல்வேறு நிறுவனங்கள் பங்கு பெறுகின்றன. இத்துறையில் வங்கிகள் மட்டுமே 64% சொத்துக்களைக் கொண்டிருக்கின்றன இத்துறையில் கணக்காயர்கள், முகவர்கள், தரகர்கள், ஆலோசகர்கள் போன்ற பலரும் இருக்கின்றனர். நுகர்வோரின் வைப்புப்பணம் உள்ளிட்ட சொத்துக்களைப்பாதுகாக்கும் விதத்தில் பொருத்தமான காப்பீட்டு வசதிகள் இருக்கவேண்டும். நிதிப்பரிவர்த்தனைகள் பற்றிய அறிவு நுகர்வோருக்குப் புகட்டப்படவேண்டும். இது தொடர்பான ஐ.நா சபை வழிகாட்டுதல்களைத் தெரிந்துகொள்வது சிறந்தது.

இந்தியாவின் மத்திய வங்கியான ரிசர்வ் வங்கி, வங்கிகள் தரவேண்டிய வட்டி விகிதம், பல்வேறு சேவைகளுக்கான கட்டணம் ஆகியவை பற்றி முடிவு

எடுப்பதில் மிக முக்கியமான பங்கினை வகிக்கிறது. வங்கிளின் செயல்படாத சொத்துக்கள், செல்வாக்கு மிக்க வாடிக்கையாளர்களுக்கு பெருந்தொகைகளைக் கடனாகக் கொடுப்பதுடன் தொடர்புபடுத்திப் பார்க்கப்படுகிறது., வங்கித்துறையில் குறைகேட்கும் நபர்கள் ஒவ்வொரு மாநிலத்திலும் நியமிக்கப்படுவது நுகர்வோரின் குறைகளைக்கேட்டு அவற்றைத் தீர்த்துவைக்க உதவக்கூடியதாக இருக்கிறது.

நிதிச்சேவைகள் பொருளாதாரசேவைகளில் அடங்குவன. இதில் ஏராளமான தொழில் நிறுவனங்கள், அவற்றின் பணத்தை நிர்வகிக்கும் வங்கிகள், கடன் அட்டை நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், நுகர்வோர் நிதிநிறுவனங்கள், முதலீட்டுநிதியங்கள், பங்குச்சந்தையினர் போன்ற பலரும் பங்குபெறுகின்றனர்.

“Voice Society” எனும் அமைப்பு கடன் அட்டைகள் உள்பட 150 நிதிசார் பொருள்கள் பற்றி ஆய்வு நடத்தியது. இதில் காப்பீட்டு ஒழுங்குமுறை ஆணையம், பொருள்களுக்கான சந்தை ஆணையம், பரஸ்பர சகாயநிதி, நுகர்வோர் நிதி நிறுவனங்கள், முதலீட்டு நிதியம் போன்றவையும் அடங்கும். நுகர்வோரை வழி அறியாமல் தவிக்கவிடும் மெய்யான அடர் காடு போன்றை இவை.

கல்வி அறிவு குறைவாக இருக்கும் ஊரகப்பகுதிகளை அதிகமாகக்கொண்டிருக்கும் இந்தியா போன்ற நாடுகளில் உள்ளடக்கல் என்ற முக்கியமான விஷயம் தலை எடுக்கிறது. கல்வி அறிவு அதிகமாக இருக்கும் கேரளா போன்ற மாநிலங்களில் இது எளிதாக இருக்கலாம். வங்கிக் கணக்கு என்றால் என்ன என்பது கூட தெரியாதவர்கள் நாட்டின் பல பகுதிகளில் வாழ்கின்றனர். அண்மையில் கொண்டுவரப்பட்ட பிரதமரின் ஜன் தன் யோஜனா திட்டம் நிதிசார் உள்ளடக்கலுக்கு உதவி இருக்கிறது. 350 மில்லியனுக்கும் அதிகமான மக்கள் முதன்முறையாக வங்கிக்கணக்கு தொடங்கி இருக்கின்றனர். இதன் மூலம் இடைத்தரகர்களின் தலையீடு இன்றி அரசாங்கத்தின் மானியங்களை இவர்கள் தங்கள் வங்கிக்கணக்கில் நேரடியாகப்பெறமுடியும். தேசத்தின் வளர்ச்சியில் தாங்களும் பங்கேற்கும் உணர்ச்சியை இவர்களுக்கு இது அளிக்கும். அண்மைக்காலம் வரை தகவல் தொழில்நுட்பப் பணிகளில் சேர்வதையே இளைஞர்கள் விரும்பிவந்தனர். தற்போது, நிதிச்சேவை அமைப்புகளில் பணிபுரிய ஆர்வம் காட்டிவருகின்றனர். இன்றைய நிதித்துறை சேவைகளில் தனி நபர்கள், நிறுவனங்கள் இவற்றிற்கான எண்ணற்ற விதமான முதலீட்டு அம்சங்கள் உள்ளன. ஏழைகள்

வறுமையிலிருந்து மீண்டு சிறந்த வாழ்க்கை வாழ்வதற்கு நிதிச்சேவைகள் வழிகாட்டுகின்றன. பணக்காரர்களுக்கு அவர்களின் பணம் பெருகுவதற்கு வாய்ப்புகளை இது வழங்குகிறது. ஆயினும், என்னுடைய கருத்துப்படி சிறந்த நிர்வாகம், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, குறைகளுக்கு விரைவான நிவாரணம் ஆகியவற்றை சார்ந்தே இவற்றின் வெற்றி அமையும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான ஐ.நாவின் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு வழிகாட்டு நெறிமுறைகள் - 2016:

J. நிதிச்சேவைகள்

66. உறுப்பு நாடுகள் பொருத்தமான வகைகளில் பின்வருவனவற்றை நிலைநிறுத்தவும் ஊக்குவிக்கவும் வேண்டும்:

(a) நிதி நுகர்வோர் பாதுகாப்பு ஒழுங்குமுறை மற்றும் அமலாக்கக்கொள்கைகள்;

(b) தேவையான அதிகாரம் மற்றும் வளங்களுடன் கூடிய இதற்கான மேற்பார்வை;

(c) நுகர்வோரின் சொத்துக்களையும், வைப்பு நிதியையும் பாதுகாப்பதற்கான பொருத்தமான கட்டுப்பாடு மற்றும் காப்பீட்டு ஏற்பாடுகள்;

(d) நிதிபரிவர்த்தனைகள் பற்றிய அறிவை வளர்த்துக்கொள்ளும் வகையில் மேம்பட்ட கல்வியினை அளித்தல்;

(e) நுகர்வோரை நியாயமாக நடத்துதல், வெளிப்படைத்தன்மை, நிதி நிறுவனங்களின் அங்கீகாரம் பெற்ற முகவர்களின் நடவடிக்கைகளுக்கு நிறுவனங்கள் பொறுப்பேற்றல் ஆகியவற்றிற்கு உத்திரவாதத்தை ஏற்படுத்துதல். கருத்துவேற்றுமை உருவாகும்போது அதனை தீர்த்துக் கொள்வதற்கான கொள்கைகளை எழுத்துப் பூர்வமாக உருவாக்குதல்;

(f) நிதிச் சேவைகளை வழங்கும் நிறுவனங்கள், அவற்றின் முகவர்கள் ஆகியோரின் பொறுப்பான தொழில் நடத்தை முறையை உறுதிசெய்தல். பொறுப்பான முறையிலும், நுகர்வோரின் தேவைகளுக்குப் பொருத்தமான வகையிலும் அவர்களின் சக்திக்கு உகந்த வகையிலும் கடன் வழங்குதல், பத்திரங்கள் போன்றவற்றை விற்றல் போன்றவையும் அடங்கும்;

(h) குறைவான செலவிலும், வெளிப்படையாகவும் பணம் செலுத்தும்/வழங்கும் நடைமுறைகள் அமைவதற்கு ஒழுங்குமுறை கட்டமைப்பு தேவை. எவ்வளவு பணம் பரிமாற்றம் செய்யப்படுகிறது, அதற்கான பரிமாற்றக்கட்டணம் எவ்வளவு? இதனோடு தொடர்புடைய அனைத்து வகையான கட்டணங்கள், செலவுகள்; பரிமாற்றம் தோல்விகாணும் பட்சத்தில் அதற்கான தீர்வுகள் பற்றியும் ஒழுங்குமுறைகள் அவசியம்.

67. நுகர்வோர் கல்வி, நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, அனைவரையும் உள்ளக்கிய நிலைமை ஆகியவை பற்றிய நுகர்வோர் கொள்கைகளை ஏற்றுக்கொள்ளும் வகையில் உறுப்பு நாடுகள் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளவேண்டும்.

68. உறுப்பு நாடுகள் தங்களின் சமூக, பொருளாதார, சுற்றுச்சூழல் நிலைமைகளுக்கு ஏற்ப பொருத்தமான பன்னாட்டு வழிகாட்டி நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றலாம். உள்நாட்டிலும், எல்லைப்புற வெளிநாடுகளிலும் ஒத்துழைப்புடன் இவற்றை செயல்படுத்தலாம்.

K. குறிப்பிட்ட பகுதிகளோடு தொடர்புடைய நடவடிக்கைகள்

69. நுகர்வோர் பாதுகாப்பைப் பற்றிய கவனத்துடன் செயல்படும்போது, வளரும் நாடுகள் எங்கெங்கு தேவையோ அங்கெல்லாம் நுகர்வோரின் உடல்நலம், உணவு, நீர், மருந்து, ஆற்றல், பொது உபயோகம், சுற்றுலா ஆகியவற்றிற்கு முன்னுரிமை வழங்கிச் செயல்படலாம். நிதிசேவைகளின் தரநிர்ணயம், தேவையான பாதுகாப்பான வழங்கல் வசதிகள், தரப்படுத்தப்பட்ட தகவல்கள், கல்வி, ஆராய்ச்சி ஆகியவற்றில் உரிய கொள்கைகள் கடைபிடிக்கப்படவேண்டும்.

70. உணவு, உணவைப்பற்றிய தேசிய கொள்கைகளும், திட்டங்களும் வகுக்கப்படும்போது நுகர்வோரின் தேவைகளை உறுப்பு நாடுகள் கவனத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

Dr. G.சுந்தரம், IAS (ஓய்வு) முன்னாள் செயலாளர், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைச்சகம், இந்திய அரசு. தலைவர், "Voice Society".

வங்கிச்சேவைகளின் நுகர்வோராக இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களின் உரிமைகள்

- தீபாகர் லெங்க்கா

வங்கிகளின் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உரிய அடிப்படை உரிமைகளை பாரத ரிசர்வ் வங்கியானது நெறிமுறை செய்துவருகின்றது. ரிசர்வ் வங்கிதான் வாடிக்கையாளர்களின் உரிமைகள் எவை எவை என்பதை எடுத்துச்சொல்கிறது. அதே போன்று வங்கிகளின் பொறுப்புகளையும் எடுத்துரைக்கிறது. இந்த விதிகள் வங்கி வழங்கும் அனைத்துத் திட்டங்கள், சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளுக்கும் பொருந்தும். பொருந்தாத ஏதோ ஒரு திட்டத்தில் முதலீடு செய்ய வைத்ததன் மூலம் வங்கி நியாயமற்ற முறையில் நடந்துகொண்டதாக ஒரு வாடிக்கையாளர் நினைத்தால், அதற்குரிய நிவாரணத்தைப் பெறுவதற்கான உரிமை அவருக்கு உள்ளது. வங்கி வாடிக்கையாளர்களுக்குக் கிடைக்கக்கூடிய ஐந்து அடிப்படை உரிமைகள் எவை எவை என வரையறுத்துச் சொல்வதற்காக பாரத ரிசர்வ் வங்கி வாடிக்கையாளர் உரிமைச் சாசனம் ஒன்றை உருவாக்கியுள்ளது. இந்தச் சாசனத்தில் உள்ள விதிகளின் அடிப்படையில் “மாதிரி நுகர்வோர் உரிமைகள் கொள்கை“ ஒன்றை வகுக்குமாறு இந்திய வங்கிகளின் கூட்டமைப்புக்கும் (ஐ.பி.ஏ), இந்தியாவின் வங்கி நடத்தைவிதிகள் மற்றும் தரமதிப்பீடுகள் வாரியத்துக்கும் (பி.சி.எஸ்.பி.ஐ) பாரத ரிசர்வ் வங்கி அறிவுறுத்தி உள்ளது. இந்த நடவடிக்கைகள் வங்கிகளின் வாடிக்கையாளர் சேவை அமைப்பை உண்மையில் வலுப்படுத்தும். பாரத ரிசர்வ் வங்கி வகுத்துள்ள இந்த உரிமைகளில் ஏதாவது ஒரு உரிமையை எந்த ஒரு வங்கியாவது மீறினால், வாடிக்கையாளர்கள் உச்சநிலை வங்கியான பாரத ரிசர்வ் வங்கியின் வாடிக்கையாளர் சேவைப்பிரிவை அணுகலாம். சரியான, நியாயமான நிவாரணம் பெறுவதற்கு வாடிக்கையாளர் தனது புகார்களை பல்வேறு குறைதீர் அமைப்புகளில் முன் வைக்கவும் பல வாய்ப்புகள் உள்ளன. தனிப்பட்ட வங்கியின் உயர்நிலை கட்டுப்பாட்டு அலுவலகம் முதல் பாரத ரிசர்வ் வங்கியின் வங்கிச்சேவை குறைதீர்மன்றம் (Banking ombudsman) வரை எதில் வேண்டும் என்றாலும் இது குறித்து வாடிக்கையாளர்கள் புகார் செய்யலாம்.

வாடிக்கையாளர்களுக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு உரிமைகள்

1. நியாயமாக நடத்தப்படுவதற்கான உரிமை

கௌரவமாக நடத்தப்படுவதற்கு வாடிக்கையாளருக்கும், நிதிசார் சேவை வழங்குபவருக்கும் உரிமை உள்ளது. திட்டங்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதில் வங்கிகள் பாலினம், வயது, மதம், சாதி மற்றும் உடல் திறன் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வாடிக்கையாளர்களைக் கவனத்தில் எடுத்துக் கொண்டு அவர்கள் புறக்கணிக்கப்படுவதை இந்த உரிமையானது தடை செய்கிறது. ஆனால் வங்கிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வேறுபட்ட வட்டி விகிதங்களை அல்லது திட்டங்களை வழங்கலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட இலக்கினை சேர்ந்த சந்தைப் பிரிவினருக்காகவே உருவாக்கப்பட்ட சிறப்புத்திட்டங்களை உறுப்பினர்களுக்கு நிதிசார் சேவையாளர்கள் வழங்கலாம். வாடிக்கையாளர்களை வகைப்படுத்திப் பார்ப்பதற்கு அங்கீகரிக்கப்பட்ட பொருளாதாரப்பகுப்பின் அடிப்படையை, தற்காப்புக்காக வங்கிகள் பயன்படுத்தலாம். பெண்கள் அல்லது பிற்படுத்தப்பட்ட வகுப்பினர் போன்ற சமூகத்தின் நலிவடைந்த பிரிவினருக்கு உதவும் நோக்கத்தின் ஒரு பகுதியாக வங்கி தனிப்பட்ட திட்டங்கள் அல்லது சேவைகளை வழங்கலாம்.

மேலே குறிப்பிட்ட உரிமையைத் தொடர்ந்து, வங்கி கீழ்க்கண்டவாறு செயல்பட வேண்டும் -

- வங்கிக்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் இடையில் நியாயமான சமநிலையான உறவை மேம்படுத்துதல்
- வாடிக்கையாளர்கள், அவர்களது வர்த்தகத்தேவைகளை கனிவாகவும் உடனடியாகவும் வங்கியின் ஊழியர்கள் கவனிப்பதை உறுதிசெய்தல்
- எந்த விதமான பாகுபாடும் காட்டாமல் அனைத்து வாடிக்கையாளர்களையும் நியாயமாகக் கையாளுதல்
- வழங்கப்படும் திட்டங்களும் சேவைகளும் சம்பந்தப்பட்ட சட்டங்கள் மற்றும் நெறிமுறைகளுக்கு உட்பட்ட வகையில் இருப்பதை உறுதிசெய்தல்

2. வெளிப்படையாகவும், நியாயமாகவும், நேர்மையாகயாகவும் பயன்படுத்தப்படுவதற்கான உரிமை

வங்கி ஆவணங்களின் மொழியானது எளிமையானதாகவும் வெளிப்படைத்தன்மை உடையதாகவும் இருக்கவேண்டும் என்று வாடிக்கையாளர்களால் எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. நிதிச்சேவைகளை வழங்குபவர்கள் தாங்கள் தயாரிக்கும் ஒப்பந்தங்கள் அல்லது உடன்படிக்கைகள் வெளிப்படையானதாகவும் எளிதில் புரிந்துகொள்ளும் வகையிலும் இருப்பதை உறுதி செய்து கொள்ளவேண்டும். மேலும் அவை தாங்கள் சொல்ல வரும் விஷயத்தை சாதாரண மக்களுக்கு எளிமையாக எடுத்துச்சொல்லும் வகையில் இருக்கவேண்டும். முதலீட்டுத் திட்டத்தின் விலை, அதில் இணைந்துள்ள ஆபத்துக்காரணிகள், அந்தத் திட்டம் செயல்பாட்டில் இருக்கும் காலக்கெடு வரை அதன் மீது உள்ள நிபந்தனைகள் மற்றும் விதிமுறைகள், வாடிக்கையாளர் மற்றும் நிதிச்சேவை அளிப்பவர் இருவருக்குமான பொறுப்புகள் ஆகியன மிகத்தெளிவாக எடுத்துச் சொல்லப்பட்டு இருக்கவேண்டும். நியாயமற்ற வர்த்தகம் அல்லது சந்தைப்படுத்துதல் நடைமுறை, வலுக்கட்டாயமான ஒப்பந்த நிபந்தனைகள் அல்லது தவறான சித்தரிப்புகள் போன்றவற்றிற்கு ஒரு வாடிக்ளையாளர் ஆட்பட்டுவிடக்கூடாது. வாடிக்கையாளருடனான உறவானது நீடித்திருக்கும் காலம் வரை, நிதிச்சேவை வழங்குபவர் தனது வாடிக்கையாளரை உடல்ரீதியான துன்பம், நியாயமற்ற செல்வாக்கு, வெளிப்படையாகத் தெரியும் வகையில் தொல்லைகொடுத்தல் போன்ற அச்சுறுத்தும் செயல்களில் ஈடுபடக்கூடாது.

மேலே கூறிய உரிமையைத் தொடர்ந்து வங்கியானது கீழ்க்கண்டவாறு செயல்பட வேண்டும்:

- சமநிலை, நேர்மை மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மை ஆகிய அறநெறிசார் விதிகளின்படியே வாடிக்கையாளருடனான வங்கியின் செயல்பாடுகள் இருப்பதை உறுதிசெய்தல்
- தனது திட்டங்கள் மற்றும் சேவைகள், நிபந்தனைகள் மற்றும் விதிமுறைகள், வட்டிவிகிதம் ஆகியன குறித்து தெளிவான தகவல்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குதல். எளிதில் புரிந்துகொள்ளும் மொழியில் இதனைத்தருதல்
- திட்டத்தோடு இணைந்துள்ள முக்கியமான ஆபத்துக்காரணிகளை தெரியப்படுத்துதல். வாடிக்கையாளர்களுக்குப் பாதகமாக இருக்கக்கூடிய அம்சங்கள் ஏதாவது இருந்தால் அதனையும் தெரியப்படுத்துதல்.
- கட்டணப்பட்டியலை தனது வலைதளத்தில் காட்சிப்படுத்துதல். வாடிக்கையாளர் கவனத்திற்காக இதன் ஒரு நகல் அனைத்து கிளைகளிலும் கிடைக்குமாறு செய்தல்.
- விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளில் ஏதேனும் மாற்றங்கள் செய்வதாக இருந்தால் அது குறித்து வாடிக்கையாளருக்குக் கடிதமாக அல்லது கணக்கு அறிக்கையாக அல்லது எஸ்.எம்.எஸ்/இ மெயில் மூலமாக, வாடிக்கையாளர் சம்மதித்திருக்கும் ஒரு முறையில் அவருக்குத் தெரியப்படுத்தவேண்டும். திருத்தப்பட்ட விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள் நடைமுறைக்கு வருவதற்கு குறைந்தபட்சம் ஒரு மாத காலத்திற்கு முன்பாகவே இவ்வாறு தெரிவிக்கப்படவேண்டும்.
- தேர்ந்தெடுத்த திட்டம் அல்லது சேவைக்குரிய விதிமுறைகள், நிபந்தனைகளை வாடிக்கையாளர் கடைபிடிக்காவிட்டால் விதிக்கப்படக் கூடிய அபராதக்கட்டணங்கள் குறித்த தகவலைத்தருதல்.

- வைப்பீடுகள், காசோலையைப் பணமாகமாற்றுதல், குறைதீர்ப்பு, இழப்பீடு, நிலுவை வசூல் மற்றும் பத்திரங்களை மீளவும் கையகப்படுத்துதல் ஆகியவை குறித்த வங்கிகளின் கொள்கைகள் அனைவருக்கும் கிடைக்கும்படி இணையப் பொதுவெளியில் வெளியிடவேண்டும்.
- ஒரு குறிப்பிட்ட திட்டத்தைத் தொடரமுடியாமல் போகும் நிலை, அலுவலக மாற்றங்கள், தொலைபேசி எண்களில் மாற்றம், ஏதாவது ஒரு அலுவலகம் அல்லது கிளையை மூடுதல் போன்றவை குறித்த தகவல்களைக் குழப்பம் இல்லாமல் தெளிவாகத் தெரியப்படுத்தவேண்டும்.
- காரணம் ஏதும் தெரிவிக்காமல், வாடிக்கையாளருக்கு முன்கூட்டியே அறிவிப்பு தராமல் ஒரு வாடிக்கையாளரின் உறவை முறித்துக் கொள்ளக் கூடாது.
- வாடிக்கையாளர்களின் கணக்குகளை அனைத்து சாத்தியமான வழிகளிலும் நிர்வகிப்பதற்கு ஏதுவாக வாடிக்கையாளருக்கு உதவுதல்.
- உடல்ரீதியான துன்பம், செல்வாக்கைப் பயன்படுத்துதல் அல்லது தேவையற்ற வெளிப்படையான துன்புறுத்தல் போன்ற செயல்பாடுகளில் ஈடுபடுதல் ஆகியவற்றின் மூலம் வாடிக்கையாளரை அச்சுறுத்தக்கூடாது.

3. பொருத்தத்துக்கான உரிமை

அதிக அளவு கமிஷன் கிடைக்கிறது என்பதற்காக, சில சமயங்களில் விற்பனை அலுவலர்கள் வாடிக்கையாளருக்கு இது பொருத்தமான திட்டம்தானா என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளாமலேயே சில திட்டங்களை அவர்கள் மேல் சுமத்தி விடுவார்கள். உதாரணத்துக்குச் சொல்ல வேண்டுமானால் மூத்த குடிமக்கள் நிலையான தொகை திரும்பக்கிடைப்பதையே விரும்புவார்கள். அவர்களை சந்தையோடு இணைந்த இன்சூரன்ஸ் திட்டங்களில் சேர்த்தல் என்பது பொருத்தம் இல்லாதது ஆகும். இந்த சாசனம் நடைமுறைக்கு வருவதால், அத்தகைய விற்பனை அலுவலர்கள் விற்பனையை அதிகரிக்கச்செய்வதில் சிரமம் அடைவார்கள். இந்த சாசனத்தின்படி, வழங்கப்படும் திட்டங்கள் வாடிக்கையாளரின் தேவைக்கு ஏற்ற வகையில் பொருத்தமானதாக இருந்தாக வேண்டும். அதே போன்று வாடிக்கையாளரின் நிதிச்சூழல் மற்றும் புரிதலைக் கணக்கில் எடுத்துக்கொண்டே அவர்களுக்கு ஏற்ற திட்டத்தில் அவர்களைச் சேர்க்க வேண்டும்.

மேலே குறிப்பிட்ட உரிமையைத் தொடர்ந்து, வங்கி கீழ்க்கண்டவாறு செயல்பட வேண்டும்:

- வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருத்தமானதுதானா என திட்டங்களை விற்பனைக்கு முன்பாக மதிப்பீடு செய்வதற்காக அமைக்கப்பட்ட நிர்வாகக் குழு அங்கீகரித்திருக்கும் பாலிசியாக இது இருக்கிறதா என்பதை உறுதிசெய்தல்
- விற்பனை செய்யப்பட்ட அல்லது வழங்கப்பட்ட திட்டம் அல்லது சேவையானது வாடிக்கையாளரின் தேவைக்குப் பொருத்தமானதாகவும் வாடிக்கையாளரின் தற்போதைய நிதிநிலைமைக்கு ஏற்றதாகவும் இருப்பதை உறுதி செய்துகொள்ளுதல்
- அவ்வாறு செய்வதற்கு அனுமதிக்கப்பட்டு இருந்தால் மட்டுமே மூன்றாம் தரப்பினரின் திட்டங்களை விற்கவேண்டும்.
- திட்டம் ஏதாவது ஒன்றில் பணம் செலுத்துமாறு ஒரு வாடிக்கையாளரை மூன்றாம் தரப்பினர் வற்புறுத்தக்கூடாது.
- வாடிக்கையாளருக்கு திட்டம் பொருத்தமானதாக இருக்கிறதா என்பதை நிர்ணயம் செய்ய அலுவலர்களுக்கு உதவும் வகையில் வங்கி கேட்கும் சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து தகவல்களையும் சரியாகவும் நேர்மையாகவும் தர வேண்டியது வாடிக்கையாளர் பொறுப்பு எனத்தெரிவித்தல்.

4. அந்தரங்கப் பாதுகாப்புக்கான உரிமை

வாடிக்கையாளரின் தனிப்பட்ட அந்தரங்கத்தகவல்கள் இரகசியமாகப் பாதுகாக்கப்படவேண்டும். நிதிசார் சேவைகள் வழங்குபவருக்கு தொடர்புடைய சம்மதத்தை வாடிக்கையாளர் தெரிவிக்காதபோது,

அல்லது சட்டத்தின் படி அத்தகைய தனிப்பட்ட தகவல்களைத் தர வேண்டிய தேவை இல்லாத போது அல்லது கட்டாய வர்த்தக நோக்கத்துக்காக வழங்கப்படாத போது (உதாரணமாக, கடன் தரும் கம்பெனிகளுக்கு தகவல் தருதல்) இத்தகவல்கள் இரகசியமாகப் பாதுகாக்கப்படவேண்டும். தங்களது அந்தரங்கப் பாதுகாப்பை மீறும் மின்னணு மற்றும் பிற அனைத்துவிதமான தொடர்பியல் வகைகளில் இருந்தும் பாதுகாப்பு பெறுவதற்கு ஒரு வாடிக்கையாளருக்கு உரிமை உள்ளது.

- வங்கியானது வாடிக்கையாளரின் தனிப்பட்ட தகவல்களை அந்தரங்கமானதாகவும் இரகசியமானதாகவும் வைத்திருக்கவேண்டும் வாடிக்கையாளர் வங்கியுடன் எந்தவிதமான கொடுக்கல் வாங்கலையும் நீண்டகாலமாக வைத்திருக்காவிட்டாலும் கூட அவரின் தனிப்பட்ட தகவல்களை வங்கி வெளிப்படுத்தக்கூடாது. வங்கிக்கு எழுத்துப்பூர்வமான அனுமதியை வாடிக்கையாளர் வழங்கி இருந்தால், அந்த வங்கியானது அத்தகவலை வெளிப்படுத்தலாம் அல்லது பொதுநலனுக்காக, வங்கியின் சொந்த நலனைப் பாதுகாத்துக் கொள்வதற்காக மற்றும் சீரமைப்பு சார்ந்த கட்டாய வர்த்தக நோக்கத்துக்காக இந்தத்தகவல் வெளிப்படுத்தப்படலாம்.
- சந்தைப்படுத்துதல் நோக்கத்துக்காக வாடிக்கையாளரின் தனிப்பட்ட தகவலைப் பயன்படுத்துவதோ அல்லது பகிர்ந்து கொள்வதோ கூடாது.

5. குறையைத் தீர்த்துக்கொள்ளவும், இழப்பீடு பெறவும் உள்ள உரிமை

வழங்குகின்ற திட்டங்களுக்கான பொறுப்பை, நிதிசார் சேவையை வழங்குகின்றவர் ஏற்று நிறைவேற்றச் செய்வதற்கான உரிமை வாடிக்கையாளருக்கு உள்ளது. அதே போன்று ஏதேனும் ஒரு நியாயமான குறை இருந்தால் அதை எளிதாகவும் தெளிவாகவும் தீர்த்துக்கொள்ள குறைதீர் வழிமுறை இருந்தாக வேண்டும். திட்டங்களை மூன்றாம் தரப்பினர் விற்பதால் ஏற்படும் குறைகளைத் தீர்த்து வைக்கவும் சேவை வழங்குபவர் உதவி செய்தாகவேண்டும். தவறுகள், நடத்தையில் விடுபடல்கள், செயல்படாத தன்மை, சேவை வழங்குபவராலோ அல்லது பிறராலோ என செயல்படுவதில் எந்த வகையிலாவது தாமதம் ஆகியவற்றுக்கு இழப்பீடு வழங்கப்பட வேண்டும். கொள்கை குறித்து நிதிசார் சேவை வழங்குநர் எடுத்துச் சொல்லியாகவேண்டும். அத்தகைய செயல்கள் நிகழுமாயின் அப்போது வங்கியின் கொள்கையானது வாடிக்கையாளரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை நிர்ணயிக்கவேண்டும். திட்டத்தை விற்று முடித்த பிறகு தனக்குத் தொடர்பில்லை என வங்கிகள் இனிமேல் பொறுப்புகளைத் தட்டிக் கழித்துவிடமுடியாது.

மேலே குறிப்பிட்ட உரிமையைத்தொடர்ந்து வங்கி கீழ்க்கண்டவாறு செயல்பட வேண்டும்.

- தவறு ஏற்படக்கூடிய அனைத்து விஷயங்களையும் வங்கியானது அனுதாபத்துடனும் உடனடியாகவும் கையாளவேண்டும்.
- தவறுகளை உடனடியாகச் சீர் செய்யவேண்டும்.
- தவறாகவோ அல்லது கவனக்குறைவாகவோ விதிக்கப்பட்ட எந்த ஒரு கட்டணத்தையும் ரத்து செய்யவேண்டும்.
- வங்கியின் குறைபாட்டால் வாடிக்கையாளருக்கு நேரடியாக ஏற்படும் நிதி இழப்பை ஈடுகட்டவேண்டும்.

இவை மட்டுமின்றி வங்கி பின்வரும் செயல்பாடுகளையும் மேற்கொள்ள வேண்டும்:

- வாடிக்கையாளருக்குக் கிடைக்கக்கூடிய குறைதீர்ப்பு நடைமுறைகள் குறித்து இணையதளத்தில் பொதுவெளியில் தெரிவித்தல். தவறு ஏதாவது ஏற்பட்டுவிட்டால் அதற்காக வாடிக்கையாளருக்குக் கிடைக்கக்கூடிய இழப்பீடு குறித்த விதிகளும் தெரியப்படுத்தப்படவேண்டும்.
- குறைதீர் அமைப்பானது வாடிக்கையாளர்கள் எளிதில் அணுகி உதவிபெறும் வகையில் இருக்கவேண்டும்.

- புகார் ஒன்றை எப்படித்தயாரிப்பது, அவ்வாறு தயாரித்த புகாரை யாருக்கு அனுப்புவது, பதில் கிடைப்பதற்கு ஆகும் காலஅவகாசம் ஆகியன குறித்து வாடிக்கையாளருக்கு ஆலோசனை வழங்கவேண்டும்.
- குறைதீர்ப்பு அதிகாரியின் பெயர், முகவரி, அவரைத் தொடர்பு கொள்வதற்கான விவரங்கள் ஆகியவற்றைக் காட்சிப்படுத்தவேண்டும். அத்தகைய புகாரைத் தீர்த்து வைப்பதற்கான காலக்கெடுவையும் தெரியப்படுத்தவேண்டும்.
- குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் புகார்தாரரின் புகார் மீது நடவடிக்கை எடுக்கப்பட்டு நிவாரணம் கிடைக்காவிட்டால் தனது புகாரை அவர் வங்கிக்கு அடுத்ததாக உள்ள குறைதீர்ப்பு ஆணையத்திடம் சமர்ப்பிக்கும் வாய்ப்பு உள்ளதையும் தெரிவிக்க வேண்டும்.
- மின்னணு முறை மூலமாகச் சமர்ப்பிக்கப்படும் புகார்கள் உட்பட முறையாகச் சமர்ப்பிக்கப்படும் அனைத்து புகார்களுக்கும் மூன்று வேலை நாட்களுக்குள் ஒப்புகை தந்தாகவேண்டும். 30 நாட்களுக்கு மிகாமல் நியாயமான காலவரம்புக்குள் அவற்றைத் தீர்த்து வைக்கவேண்டும். தேவைப்படும் அனைத்து தகவல்களும் வாடிக்கையாளரிடம் இருந்து பெறப்பட்ட நாளில் இருந்து இந்த 30 நாள் கெடுவானது தொடங்குகிறது.

வங்கியின் குறைதீர்ப்பு நடைமுறைகள்

எந்த ஒரு கார்ப்பரேட் நிறுவனத்தின் வர்த்தக நடைமுறையிலும் வாடிக்கையாளர் புகார்கள் என்பவை ஒரு அங்கமாகவே உள்ளன. இந்த வாடிக்கையாளர் புகார்கள் என்பது வங்கிகளுக்கு கூடுதலான எண்ணிக்கையிலேயே இருக்கும். ஏனெனில் வங்கிகள் சேவை நிறுவனங்களாக செயலாற்றுகின்றன. சேவை அளிக்கும் நிறுவனங்களுக்கு, வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்தி ஆகிய இரண்டும் கவனத்துக்குரிய முக்கியமான அம்சங்கள் ஆகும். உடனடியான திறன்மிக்க சேவையை வழங்குவது என்பது புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்காக மட்டுமல்ல; இருக்கின்ற வாடிக்கையாளர்களைத் தக்கவைக்கவும் உதவுகின்றன என வங்கி நம்புகின்றது.

புகார் என்றால் என்ன?

வாடிக்கையாளரின் எதிர்பார்ப்புகளுக்கும் திட்டங்கள் அல்லது சேவைகள் வழங்கிய உண்மையான மதிப்புக்கும் இடையில் உள்ள இடைவெளியே புகார் ஆகும். பொதுவாகச் சொல்லவேண்டுமென்றால், ஒரு புகார் என்பது அதிருப்தியின் வெளிப்பாடாகவே உள்ளது.

புகார் அளிப்பது ஒரு வாய்ப்பாக அமைகின்றது

வெளிப்படையாகப் பேசப்படாத அதிருப்தி என்பது எந்த ஒரு வர்த்தகத்தையும் மிக மோசமாகப் பாதிக்கும். ஒரு புகாரானது சூழலை மறுசீரமைப்பு செய்வதற்கான வாய்ப்பை உருவாக்குகிறது. அதே போன்று வாடிக்கையாளரின் நல்லெண்ணத்தை மீண்டும் வென்றெடுக்கவும் உதவுகிறது. மேலும் எண்ணற்ற வாய்ப்புகளையும் அது உருவாக்கித்தருகிறது.

புகாரைக் கையாளுவதற்கான அணுகுமுறைகள்

- வாடிக்கையாளர்களின் பிரச்சனைகளை காது கொடுத்துக்கேட்டல்
- முக்கியமான அம்சங்களை அடையாளம் காணுதல்
- அனுதாபம் காட்டுதல்
- கருணை காட்டுதல்
- வாடிக்கையாளர்களுக்கு நன்றி தெரிவித்தல்
- என்ன செய்ய முடியும் என்பதை விளக்கமாக எடுத்துக்கூறுதல்
- விரைவாகச் செயல்படுதல்

புகார்களை மேலாண்மை செய்வதற்கான நடைமுறை

புகார்களை மேலாண்மை செய்வதற்கான நடைமுறையில் இருந்து நல்லதொரு விளைவைப் பெறவேண்டுமானால் அதற்காக கவனத்தில் கொள்ளவேண்டிய நான்கு முக்கிய பிரிவுகள் உள்ளன.

அ. வாடிக்கையாளர்களின் புகார்களை வகைப்படுத்துதல்

தனிப்பட்ட நபர்களின் புகார்கள் பதிவு செய்யப்படும் போது, எந்தத்திட்டம் அல்லது சேவை குறித்து புகார் அளிக்கப்பட்டுள்ளது என்பதோடு புகாரின் தன்மை குறித்தும் வகைப்படுத்திப் பார்க்கவேண்டும்.

- ➢ நெறிமுறை செய்யும் சட்டங்களை மீறுவது குறித்த புகார்கள்
- ➢ வங்கியின் உள்வட்டக் கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகள் குறித்த புகார்கள்
- ➢ வாடிக்கையாளர் சேவை பிரச்சனைகள் குறித்த புகார்கள்

ஆ. போக்குகளைப் பகுப்பாய்வு செய்தல்

புகார்கள் வகைப்படுத்தப்பட்ட பிறகு, தரவுகள் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு சரியான கால இடைவெளிகளில் அறிக்கையானது தொடர்ச்சியாக அளிக்கப்படவேண்டும். பகுப்பாய்வின் நோக்கம் என்பது முன் வரிசை சேவைகளை வழங்குவதில் ஏற்படக்கூடிய நவீனப் போக்குகளை அடையாளம் காண்பது ஆகும். நெறிமுறைப்படுத்தும் விஷயங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் அனுபவங்களை மேம்படுத்துதல் ஆகிய இரண்டின் மீதும் கவனம் செலுத்தி இது மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஆண்டுக்கு இரண்டு முறை என்ற அடிப்படையில் பகுப்பாய்வு முடிவுகள் உள்வட்ட குறைதீர்ப்பு ஆணையத்தின் மூலம் இயக்குநர் குழுவுக்குத் தெரிவிக்கப்படவேண்டும். புகார்கள் குறித்த மேலாண்மை நடவடிக்கைகள் மீது மூத்த செயல் அதிகாரிகள் கவனம் செலுத்துவதையும் பொறுப்பு ஏற்பதையும் இது உறுதிசெய்கிறது.

இ. நிர்வாகரீதியான நடவடிக்கை எடுத்தல்

பிரச்சனைகள் அடையாளம் காணப்பட்ட பிறகு, முதல் வரிசை சேவை விநியோகத்தை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டாக வேண்டும். வாடிக்கையாளர் சேவைத் தரத்தைப்புதுப்பித்தல், தொடர்பியல் செயல்களை மேம்படுத்துதல் அல்லது திட்டங்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்து ஊழியர்களுக்கு கூடுதல் பயிற்சி அளித்தல் ஆகியன நிர்வாக ரீதியான நடவடிக்கை எடுத்தலில் உள்ளடங்கும். மாற்றங்கள் தொடங்கப்பட்டு அதன் விளைவுகளும் கண்காணிக்கப்படுகின்றன.

ஈ. புகாரைக் கையாளும் நடைமுறையை மேம்படுத்துதல்

புகார்கள் மேலாண்மை செய்யும் நடைமுறை செயல்பாட்டில் இருந்தாலும்கூட, அது எந்த அளவிற்கு சிறப்பாகச் செயலாற்றுகிறது என்பதை அறிந்து கொள்ளுதல் முக்கியமானது ஆகும். இது வர்த்தகத்தைத் தக்க வைத்துக்கொள்ள உதவுவதோடு, சேதத்தைக்குறைக்கவும் உதவும். தற்போதைய வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் எதிர்கால வாடிக்கையாளர்களிடம் ‘‘வாய் வார்த்தை வழியாக’’ பரவும் எதிர்மறையான விளைவுகளைக் குறைக்கவும் உதவும்.

கடந்த சில ஆண்டுகளில், வாடிக்கையாளர் பின்னூட்டம் என்பது மிக முக்கியமான குறிகாட்டியாக மாறி வந்துள்ளது. அதேவிதமாக வாடிக்கையாளர்களின் அக்கறை மற்றும் எதிர்பார்ப்புகள் எந்த வழிமுறையில் தொடர்ந்து செயல்படுத்தப்படுகின்றன என்பது வாடிக்கையாளர்களைத் தக்க வைப்பதிலும் ஈர்ப்பதிலும் உள்ள வங்கியின் திறமையைப் பறைசாற்றுகிறது.

வங்கியின் வாடிக்கையாளர்கள் அளித்த புகார்களின் எண்ணிக்கை

வங்கி குறைதீர்ப்பு ஆணைய அமைப்பின் கீழ் (பி.ஓ.எஸ்) பெறப்பட்ட புகார்களின் எண்ணிக்கை 1999/2000இல் 4,994 என இருந்தது. இது 2015/16இல் 1,02,894 புகார்களாக அதிகரித்து உள்ளது. அதாவது 2015/16இல் வங்கி குறை தீர்ப்பு ஆணைய அலுவலகங்களில் (ஓ.பி.ஓ) பெறப்பட்ட புகார்கள் எண்ணிக்கை அதற்கு முந்தைய ஆண்டில் பெறப்பட்ட புகார்களைவிட 21 சதவிகிதம் அதிகரித்து உள்ளது. இந்த குறைதீர் அமைப்பானது உருவாக்கப்பட்டதில் இருந்து இந்த ஆண்டில்தான் அதிகபட்சமான புகார்கள் பெறப்பட்டு உள்ளன. அதேசமயம், ஜூன் 30, 2016 வரை 1,01,148 புகார்கள் (அதாவது 95 சதவிகிதம்) பைசல் செய்யப்பட்டுள்ளன (அட்டவணை 1).

அட்டவணை 1: ஓ.பி.ஓக்கள் மூலமாக கையாளப்பட்ட வாடிக்கையாளர் புகார்களின் விவரங்கள்

விவரங்கள்	2013-14	2014-15	2015-16
முந்தைய ஆண்டில் தீர்க்கப்படாமல் எஞ்சியுள்ள புகார்களின் எண்ணிக்கை	5479	3307	3778
பெறப்பட்ட புகார்களின் எண்ணிக்கை	76573	85131	102894
கையாளப்பட்ட மொத்த புகார்களின் எண்ணிக்கை	82052	88438	106672
பைசல் செய்யப்பட்ட புகார்களின் எண்ணிக்கை	78745	84660	101148
ஆண்டு இறுதியில் நிலுவையில் உள்ள புகார்களின் எண்ணிக்கை	3307 (4%)	3778 (4%)	5524 (5%)

ஆதாரம்: பாரத ரிசர்வ் வங்கியின் வலைத்தளம்

குறைதீர்ப்பு ஆணையத்திட்டத்தின் கீழ் மின்னணு வங்கிச்சேவைகளுக்கு எதிரான புகார்களையும் பாரத ரிசர்வ் வங்கி கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது.

குறைதீர்ப்பு ஆணையத்திட்டத்தின் கீழ், மொபைல் போன் மூலமான பரிமாற்றம் உட்பட மின்னணு வங்கிச்சேவைகள் தொடர்பான விதிகளை முறையாகக் கடைபிடிக்காத வங்கிகளுக்கு எதிராக வாடிக்கையாளர்கள் புகார் அளிக்க பாரத ரிசர்வ் வங்கி (ஆர்.பி.ஐ) அனுமதி அளித்துள்ளது. அதாவது குறைதீர்ப்பு ஆணையத்தின் கட்டணம் இல்லாத பூசல் தீர்ப்பு வழிமுறையானது இதற்கும் இனி பொருந்தும். வங்கிகள் விற்பனை செய்கின்ற காப்புறுதி பாலிசிகள், மியூச்சுவல் ஃபண்ட் திட்டங்கள் முதலான மூன்றாம் தரப்பினர் பொருட்களை விற்பதில் ஏற்படும் குறைபாடுகளுக்காக வங்கிகளுக்கு எதிராகப் புகார்கள் அளிக்கவும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மத்திய வங்கி அனுமதி அளித்துள்ளது. வங்கிக் குறைதீர்ப்பு ஆணையத்துக்கு இதுவரை ரூ.10 இலட்சம் வரைதான் அபராதக் கட்டணமாக தீர்ப்பு வழங்குவதற்கு உரிமை இருந்தது. இப்போது ரூ.20 இலட்சம் வரை அபராதக் கட்டணமாக தீர்ப்பு விதிக்க வங்கிக் குறைதீர்ப்பு ஆணையத்துக்கு அதிகாரம் அளிக்கப்பட்டுள்ளது. வழக்கு நடத்தும் போது ஏற்படுகின்ற நேர விரயம், அதற்காக ஆகும் செலவு, மனக்கஷ்டம் போன்றவைகளுக்காக ஒரு நுகர்வோருக்கு ரூ .1 இலட்சம் வரை ஆணையம் இழப்பீடாக வழங்கமுடியும்.

வங்கியில் செயல்படும் புகார் மேலாண்மை அமைப்பு

வாடிக்கையாளர்களுக்கு வங்கியின் கடமை குறித்த நன்னடத்தை விதிகளுக்கு ஏற்ப, வங்கியானது குறை தீர்ப்புக் கொள்கையை கடைபிடித்து வருகின்றன. இந்தக் கொள்கையானது இந்திய வங்கிகளின் கூட்டமைப்பு வடிவமைத்த மாதிரிக் கொள்கையின் அடிப்படையிலும், இந்திய வங்கி நடத்தை விதிகள் மற்றும் தர மதிப்பீடுகள் வாரியம் (பி.சி.எஸ்.பி.ஐ) முன் வைத்த பரிந்துரைகளை உள்ளடக்கியும் உருவாக்கப்பட்டு உள்ளது.

புகார் மேலாண்மை அமைப்பின் முக்கிய பிரிவுகள்

1. வாடிக்கையாளர் புகார்களைக் கையாள்வதற்கான உள்முக வழிமுறைகள்

அ. உயர்மட்டக் குழுவின் வாடிக்கையாளர் சேவை கமிட்டி

ஆ. வாடிக்கையாளர் சேவை குறித்த நிலைக்குழு

இ. புகார்களைக் கையாள்வதற்கான ஒருங்கிணைப்பு அதிகாரி மற்றும் ஏனைய நிர்ணயிக்கப்பட்ட அதிகாரிகள்

ஈ. உள்வட்ட குறைதீர்ப்பு ஆணையம்

2. தனது குறை தீர்ப்பு பணிக்குழுவை மேலும் வலுப்படுத்த வாடிக்கையாளர் மேற்பார்வை மையம் அமைத்தல்

3. கட்டாயம் காட்சிக்கு வைக்கவேண்டிய தேவைகள்

4. புகார்/குறைகளை விஸ்தரிப்பதற்கான வாய்ப்புகள்

5. குறைகளைத் தீர்த்துவைப்பதற்கான காலக்கெடு

6. வாடிக்கையாளர்களுடன் கலந்துரையாடுதல்

7. புகார்களைக்கையாளும் ஊழியர்களுக்கு அதில் கூடுதல் கவனம் செலுத்துவதற்கான பயிற்சி

வாடிக்கையாளர்களின் புகார்களுக்கான காரணங்கள்:

- வாடிக்கையாளர்களைக் கையாளும் ஊழியர்களின் மனப்போக்கு அம்சங்கள்

- வாடிக்கையாளர்களுக்கு கிடைக்க வேண்டிய வசதிகள் போதுமான அளவில் இல்லாமல் பற்றாக்குறையாக இருத்தல்
- எதிர்பார்க்கப்படும் சேவைகளுக்கும் வழங்கப்படும் உண்மையான சேவைகளுக்கும் இடையில் உள்ள இடைவெளி

வங்கி வழங்குகின்ற சேவைகளில் ஒரு வாடிக்கையாளருக்குத் திருப்தி இல்லை என்றால் அது குறித்து புகார் செய்வதற்கான உரிமை அந்த வாடிக்கையாளருக்கு உள்ளது. அந்த வாடிக்கையாளர் தனது புகாரைப் பல வழிகளில் தெரிவிக்கலாம். வங்கியின் இணையதளத்தில் உள்ள குறைகளுக்கான ஆன்லைன் லிங்க்கைப் பயன்படுத்துதல், கால் சென்ட்டரை அழைத்தல், இமெயில் அனுப்புதல், எழுத்துப்பூர்வமாக, வாய் வார்த்தையாக, தொலைபேசி வழியாக அல்லது வங்கி ஏற்படுத்தி இருக்கின்ற வேறு வழிமுறைகள் மூலமாக என எப்படி வேண்டுமானாலும் வாடிக்கையாளர் தனது புகாரைச் சமர்ப்பிக்கலாம். குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுக்குள் வாடிக்கையாளரின் புகார் பைசல் செய்யப்படாவிட்டாலோ அல்லது வங்கி முன்வைத்த தீர்வு வாடிக்கையாளருக்கு திருப்திகரமாக இல்லாமல் போனாலோ, அவர் தனது புகாரை வங்கிக்குறைதீர்ப்பு ஆணையத்துக்கு எடுத்துச்செல்லலாம். அல்லது குறைதீர்ப்புக்காக உள்ள மற்ற சட்டரீதியான வழிமுறைகளில் ஒன்றை அவர் மேற்கொள்ளலாம்.

பி.எம்.ஜே.டி.ஒய் திட்டத்தின் கீழ் குறை தீர்ப்பு வழிமுறைகள்

கீழ்வரும் பிரிவுகளின் கீழ் பி.எம்.ஜே.டி.ஒய் புகார்கள் பெறப்படுகின்றன:

அ. பி.எஸ்.பி.டி.ஏ / பி.எஸ்.பி.டி.எஸ் பிரிவின் கீழ் வங்கிக்கிளையில் கணக்கு தொடங்க மறுத்தல். அதிலும் குறிப்பாக உங்கள் வாடிக்கையாளரைத் தெரிந்து கொள்ளுங்கள (கே.ஒய்.சி) என்பதன் கீழ் ஆவணங்கள் சமர்ப்பிக்கத் தேவைப்படாத பி.எஸ்.பி.டி.எஸ் கீழ் கணக்கு தொடங்க மறுத்தல்

ஆ. ரூபே அட்டை கிடைக்காமல் இருத்தல்

இ. ஏ.டி.எம் களில் ரூபே அட்டை அங்கீகரிக்கப்படுவதற்கான ஆக்டிவேஷன் செய்யப்படாமல் இருத்தல்

ஈ. விபத்துக்காப்பீட்டின் கீழ் உடனடியாகக் குறைகள் தீர்த்து வைக்கப்படவேண்டும் என்ற நோக்கமானது நிறைவேற்றப்பட, வங்கி இதற்கென தனியான குறைதீர்ப்பு வழிமுறைகளை உருவாக்கவேண்டும்.

தவறான ஆர்.டி.ஜி.எஸ் / என்.இ.எஃப்.டி பற்று வரவு

பயனாளியின் வங்கிக்கணக்கில் பற்று வைப்பதற்காகப் பணம் செலுத்துகிறோம். ஏதோ ஒரு காரணத்திற்காக அத்தகைய வங்கிக்கணக்கு பயனாளிக்கு இல்லை என்றாலோ அல்லது அவரது வங்கிக்கணக்கு முடக்கப்பட்டிருந்தாலோ நாம் மின்னணு முறையில் செலுத்திய பணம் அதே நாளில் நாம் எந்த வங்கியில் இருந்து அனுப்பினோமோ அதே வங்கிக்குத் திரும்பி வந்துவிடும். பட்டுவாடா ரசீதில் கணக்கு எண்ணைப் பதியும் போது வங்கி ஊழியர் கவனக்குறைவாகத் தவறு செய்துவிட்டால் இந்த நிலையில் இந்தப்பிரச்சனை குறித்து வங்கிக் கிளைக்கு தெரியப்படுத்தினால் உடனடியாகப் பணம் திரும்பக்கிடைக்கும். தனது கிளையின் மூலம் சேவை பெறும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு இது போன்ற பிரச்சனைகள் ஏற்பட்டால் அத்தகைய புகார்கள் / குறைகளை பைசல் செய்ய வேண்டியது அந்த வங்கியின் கிளை மேலாளருடைய பொறுப்பாகும். குறைகளைத் தீர்த்து வைப்பதற்கும் புகார்களை முடித்து வைப்பதற்கும் பொறுப்புடையவரான கிளை மேலாளர் முறைப்படி ஆர்.டி.ஜி.எஸ் /என்.இ.எஃப்.டி பிரிவோடு கலந்து ஆலோசித்து அதன்படி பைசல் செய்வார்.

முடிவுரை

எந்த ஒரு சேவைத்தொழிலிலும் வாடிக்கையாளரே அரசராவார். புகார்களைத் திறம்படக் கையாள்வதற்கு சேவைத்தொழிலில் முன்னுரிமை தரப்படுகிறது. வலுவான ஒத்திசைவு மேலாண்மைத்திட்டத்தின் மிக முக்கிய கூறாக இது பார்க்கப்படுகிறது. வாடிக்கையாளர் உரிமைகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் தொடர்புடைய புகார்கள் அந்த நிறுவனத்துக்கும் ஊழியர்களுக்கும் பயன் அளிப்பவையாக உள்ளன. அவர்கள் செயல்படுத்தும் திட்டங்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு வர்த்தகப் பலனை உருவாக்கித் தரும் வாய்ப்பாக அவை உள்ளன. வாடிக்கையாளரின் பங்கேற்பை வென்றெடுப்பதுதான் வங்கி மேலாண்மையின் தாரக மந்திரமாக உள்ளது.

- **தீபாகர் லெங்க்கா**, யூனியன் பேங்க் ஆஃப் இந்தியா, ஊழியர் பயிற்சி மையத்தலைவர், புவனேஸ்வர்.

கிராமப்புற நுகர்வோருக்கு விழிப்புணர்வு

- ராகுல் சிங்

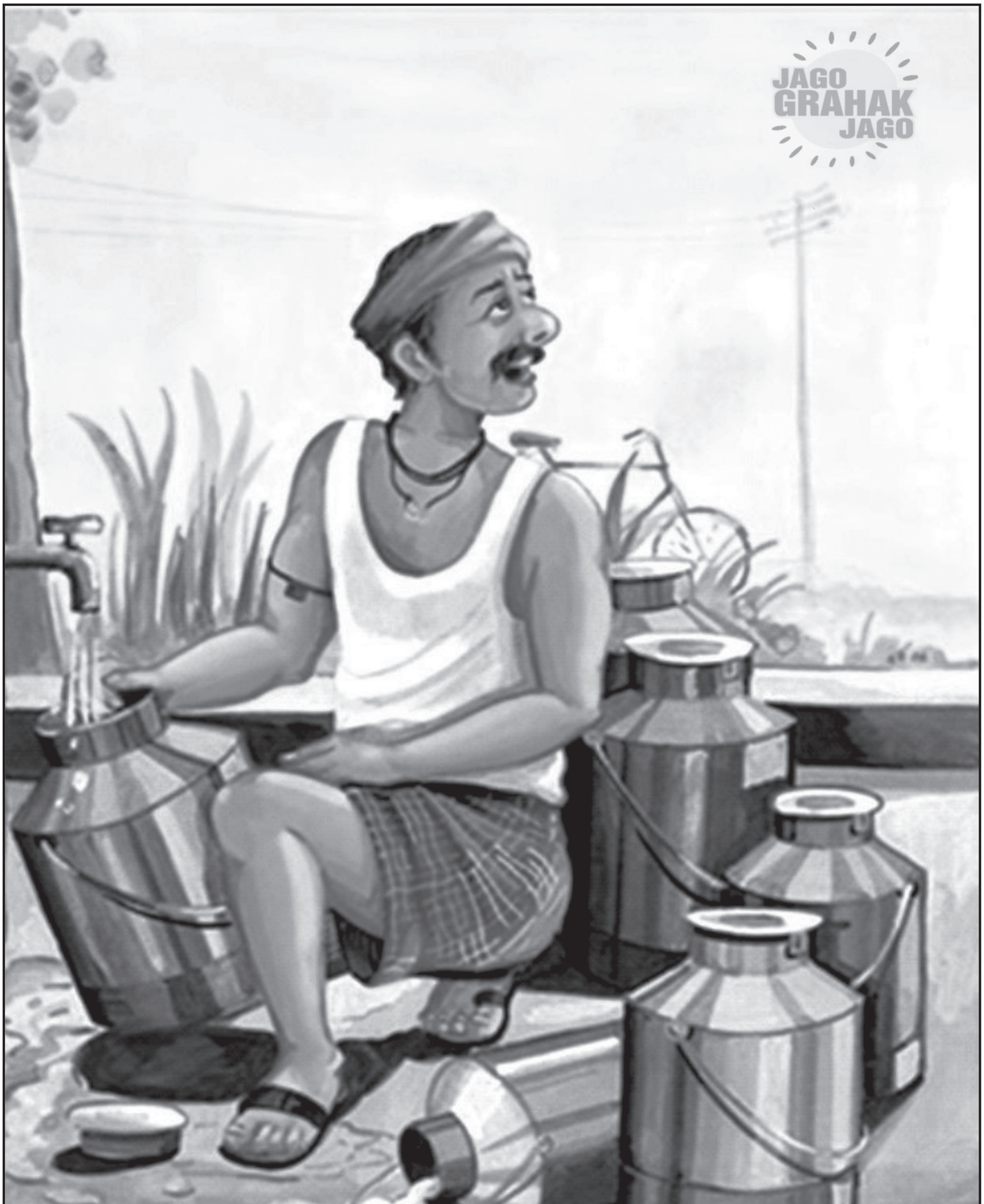
கிராமப்புற மக்கள் விரும்பி வாங்கும் பொருட்களின் தன்மை பல காரணங்களுக்காக வேகமாக மாறி வருகிறது. பொருளாதார, மன ரீதியான மற்றும் தொழில்நுட்ப காரணங்களால் இந்த பெறும் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. தற்போது, கிராமப்புற நுகர்வோரின் வருமான அளவு உயர்ந்துள்ளதால் அவர்கள் தங்களுடைய வாழ்க்கையை மேம்படுத்திக் கொள்ள பல புதிய பொருட்களை வாங்குகிறார்கள். நிதியாண்டு 2010-2012க்கு இடையே நகர்ப்புற நுகர்வோர் ஒவ்வொருவரின் மாதாந்திர செலவு 12 சதவிகிதம் உயர்ந்த நிலையில் கிராமப்புற நுகர்வோரின் உயர்வு 17 சதவிகிதமாக இருந்தது. செலவு செய்யக்கூடிய வருமானம் அவர்களிடையே உயர்ந்ததால் அவர்களுடைய எதிர்பார்ப்புக்கள் உயர்ந்து வாங்கும் பொருட்களின் தன்மையும் மாறியுள்ளது. நிதியாண்டு 2005ல் அவர்கள் உணவு அல்லாத பிற பொருட்களுக்கு செய்த செலவு 40 சதவிகிதமாக இருந்த நிலையில் நிதியாண்டு 2012ல் அது 50 சதவிகிதமாக உயர்ந்தது. கிராமப்பற மக்களிடையே விழிப்புணர்வும் ஊடகங்களின் நுழைவும் மிகுந்துள்ளதால் அவர்களின் எண்ணங்களும், பழக்க வழக்கங்களும் மாறியுள்ளன. இப்படிப்பட்ட பொருளாதார போக்கும், சமூக பொருளாதார மாற்றங்களும் நவீன தொழில்நுட்ப மாறுதல்களும் கிராமப்புற நுகர்வோர் தாங்கள் விரும்பியதை வாங்க எப்படி முடிவு செய்கிறார்கள், என்ன வாங்குகிறார்கள், எங்கிருந்து வாங்குகிறார்கள் என்பதில் மாற்றங்கள் ஏற்பட்டுள்ளன.

தற்போது, இந்தியாவில் கிராமப்புறங்களில் 70 சதவிகித மக்கள் வாழ்கின்றனர். பல்லாண்டுகளாக அவர்கள் இந்தியாவின் மொத்த பொருள்கள் பயன்பாட்டில் 50 சதவிகிதத்திற்கு மேல் உள்ளனர். வேகமான நகரமயமாக்கலும், இடம் பெயர்தலும் ஏற்பட்டுள்ள நிலையிலும் 2025ஆம் ஆண்டு வாக்கில் கிராமப்புறங்களில் சுமார் 63 சதவிகித மக்கள் வாழ்வார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. பொருளாதார உற்பத்தியை கணக்கிடும் போது, கிராமப்புறங்கள் நாட்டு பொருளாதாரத்திற்கு 48 சதவிகிதம் பங்களிக்கின்றன. 2020 வாக்கில் கிராமப்புற சந்தைகளின் அளவு 500 பில்லியன் டாலர்களுக்கும் அதிகமாக இருக்கும் என்று கணிக்கப்படுகிறது. ஆகவே, இந்திய பொருளாதாரத்திற்கு கிராமப்புறங்கள் மிகவும் முக்கியத்துவமாகவே இருக்கும்.

உலகமயமாக்கல், தாராளமயமாக்கல் மற்றும் தனியார் மயமாக்கலால் இந்திய பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோர் சந்தை வேகமாக வளர்ந்து மிகவும் துடிப்பு மிக்கதாக உள்ளது. இதன் விளைவாக சந்தையில் புதுப்புது பொருட்களும், சேவைகளும் குவிந்து மக்களின் நுகர்வுத் தன்மை பெரிதும் மாறியுள்ளது. முன்பெல்லாம் கிராமப்புற சந்தைகளை புறக்கணித்த பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அங்கு மிகுந்த வணிக வாய்ப்புள்ளதை இப்போது உணர்கிறார்கள். மக்களின் செலவு செய்யப்படக்கூடிய வருமானம் அதிகரித்துக் கொண்டு போகும் நிலையில் பல உற்பத்தி நிறுவனங்கள் புதிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளோடு கிராமப்புறங்களில் நுழைகிறார்கள். இந்த நிலையில் கிராமப்புறங்களில் பெருமளவிலான மக்கள் வறுமை கோட்டிற்குக் கீழே உள்ளனர். அங்கே பெருமளவு வேலை வாய்ப்பின்மையும், குறைந்த படிப்பறிவும், மிகக்குறைந்த நுகர்வோர் விழிப்புணர்வும் உள்ளன.

இந்த நிலையில், உற்பத்தியாளர்களும், வணிகர்களும் நுகர்வோரை ஏமாற்றியுள்ளனர். இந்தியாவில் நுகர்வோரை ஏமாற்றுவதிலிருந்து தடுப்பதற்கான பல நடைமுறைகள் இருந்த

நிலையிலும், உற்பத்தியாளர்களும் வணிகர்களும் அத்தியாவசிய பொருட்களை பதுக்கி, கள்ளச்சந்தையில் விற்பது, பொருளாதார லஞ்ச செயல்கள் செய்வது மற்றும் அடிக்கடி நுகர்வோரை ஏமாற்றுவது போன்ற நடவடிக்கைகளில் உள்ளனர். கிராமப்புற சந்தைகளில் தரக்குறைவான பொருட்களும், போலியான பொருட்களும் மிகுந்துள்ளன. கிராமப்புற சந்தைகளில் உள்ள இப்படிப்பட்ட பொருட்களைப்பற்றி பரிசோதனை செய்வதற்கு அதிக சாத்தியம் இல்லாத நிலையில் அவைகள் நம் நல்வாழ்வை பாதிக்கக்கூடியவைகளாக உள்ளன. சேவைத்துறையின் விரிவாக்கத்தினாலும், பிரச்சினைகள் உயர்ந்துள்ளன. போதிய சோதனைகள் இல்லாத நிலையில் வங்கித்துறை, காப்புத்துறை, மின்சாரத்துறை மற்றும் மருத்துவத்துறை போன்றவைகள் கிராமப்புறங்களில் மிகுந்து



நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படுகிறார்கள். போலி மருந்துகளால் உயிருக்கு பாதகம் ஏற்படுகிறது. இதில் மிகவும் பாதிக்கப்படுபவர்கள், மகளிர், குழந்தைகள் மற்றும் விவசாயிகள். விவசாயிகளுக்கு தரமற்ற விதைகளும், கலப்படமான பூச்சிக்கொல்லி மருந்துகளும், பிற பொருட்களும் சர்வ சாதாரணமாக வழங்கப்படுகின்றன.

ஊடகங்களின் பெரு வளர்ச்சியால் கிராமப்புற மக்கள் பொருட்களை வாங்குவது அதிகரித்துள்ளது. ஆகவே, கிராமப்புற மக்களின் விதியை சந்தை நிலைமைகள் கட்டுப்படுத்துவதை நாம் பொறுத்துக்கொண்டிருக்க முடியாது. ஆகவே, அரசு நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு அளிக்க பல சட்ட நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டுள்ளது. அரசு எடுத்துள்ள பல சட்ட நடவடிக்கைகளில் 24 டிசம்பர் 1986ல் இயற்றப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் மிகவும் முக்கியமானதாகும். இந்த சட்டத்தின் மூலம் நுகர்வோருக்கு மிகுந்த பாதுகாப்பு அளிக்கப்படுகிறது.

இந்தியாவில், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986ல் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த சட்டம், நுகர்வோருக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக உள்ளது. இந்தியாவின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புத் துறையில் முதன்முதலாக இயற்றப்பட்ட இந்த சட்டத்தில் அவர்களுக்கு மலிவான, மிகவும் விரைவான தீர்வு உறுதி செய்யப்பட்டுள்ளது. பெரும் உற்பத்தியாளர்களும், வணிகர்களும் உள்ள சந்தை நிலைமையில், நுகர்வோரின் உரிமைகளும், தீர்வுகளும் தெளிவாக விளக்கப்பட்டு, முன்பிருந்த "நுகர்வோரே உங்களை பாதுகாத்துக் கொள்ளுங்கள்" என்ற கூற்று பழைய ஒன்றாக மாறிவிட்டது.

இந்த சட்டத்தின் அடிப்படையில் நுகர்வோருக்கு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்தும் வகையில், மத்திய, மாநில, மாவட்ட அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களை அமைக்க கட்டாயப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இந்த சட்டத்தின்படி அனைத்து மாவட்ட அளவிலும், தனித்தனியான நுகர்வோர் வழக்கு குறைதீர்ப்பு மன்றங்கள் அமைக்கப்பட்டு நுகர்வோர், எளிய முறையில் குறைந்த நீதிமன்ற கட்டணத்தில் தங்களுடைய குறைகளை பதிவு செய்யலாம். பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்கும் எவரும் தங்களுடைய குறைகளை பதிவு செய்யலாம். மேல் முறையீடுகளை மாநில நுகர்வோர் வழக்கு தீர்வு கமிஷன்களிலும், அதற்கு அடுத்தக்கட்டமாக தேசிய நுகர்வோர் வழக்குகள் தீர்வு கமிஷன்களிலும் பதிவு செய்யலாம். இந்த தீர்ப்பாயங்களின் நடைமுறைகள் மிகவும் எளிமையாகவும், பொது மக்களுக்கு சாதகமாகவும் உள்ளன. அங்கு, இந்திய ஒப்பந்த சட்டம் 1872ன் படி ஒரு பொருளையோ, சேவையோ வாங்கும், விற்கும் போது விற்பவரும், வாங்குபவரும் வெளிப்படுத்திய அனைத்து வாக்குறுதிகளும் நிறைவேற்றப்பட வேண்டிய வண்ணம் வழக்குகள் ஆராயப்படும். அப்படி ஒருவர் தன்னுடைய வாக்குறுதியை மீறினால் அதற்கு என்ன இழப்பீடு என்பதும் அந்த சட்டத்தில் உள்ளது.

கிராமப்புறங்களில் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு அவசியம்

இன்றைய சந்தையில் நிலைமை மிகவும் சிக்கலாகவும், பலதரப்பட்ட தகவல்களும், பலதரப்பட்ட பொருட்களும், சேவைகளும் பெருமளவு உள்ளதால் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு அவசியமாகிறது. தற்போது, சந்தையில் பலவகையான மோசடிகள் நடைபெறுவதால் முன்பை விட இப்போது அதிகமாக தகவல்களும், திறமைகளும் தேவைப்படுகின்றன. பெல்ஸ் மற்றும் ஆப்ரிட்டன் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு பற்றி விளக்கியுள்ளது போல அது "ஒவ்வொரு தனி நுகர்வோரும் சந்தைகளில் உள்ள பொருட்களையும், சேவைகளையும் சிறப்பாக பயன்படுத்திக் கொள்ள தேவையான அறிவையும், திறமைகளையும் அளிப்பதாகும்".

கிராமப்புறங்களில் நுகர்வோர் விழிப்புணர்விற்கான வடிவமைப்பு

1986 முதல் நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் விழிப்புணர்வு இந்திய அரசின் கவனத்திற்கு வந்துள்ளது. சட்டங்கள் நுகர்வோருக்கு ஒரு அளவிலான உரிமைகளைத்தான் வழங்க முடியும். அவைகளின் செயல்பாடு நுகர்வோரின் விழிப்புணர்வை பொறுத்ததாகும். இது, கிராமப்புறங்களில் மிகவும் மோசமாக உள்ளது. உண்மையில், தகவல்களும், விழிப்புணர்வும் பெற்ற ஒருவர், அதிகாரம் பெற்ற நுகர்வோராவார்.

நுகர்வோர் கல்வி மூலம் ஒருவர் திறன்களைப் பெற்று, தான் விரும்பும் பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாங்க முடியும். குறைகள் ஏற்பட்டால் அவற்றிற்கான தீர்வு பெறவும் தேவையான தகவல்களைப் பெறவும் முடியும்.

நடைமுறைப் பொருளாதார ஆய்வுசார் தேசிய கமிஷனின் ஆய்வறிக்கையின்படி கிராமப்புற வளர்ச்சி விகிதங்கள் நகர்ப்புறங்களைவிட அதிகமாக உள்ளது. அடுத்துவரும் ஆண்டுகளிலும் அப்படித்தான் இருக்கும். ஆண்டிற்கு ரூபாய் 5 இலட்சத்திற்கும் மேல் வருவாய் உள்ள 6,30,00,000 குடும்பங்களில் சுமார் 2,67,00,000 குடும்பங்கள் (46 சதவிகிதம்) கிராமப்புறங்களில் உள்ளன. அதிகமாக பயன்படுத்தப்படும் நுகர்வு பொருட்கள் கிராமப்புறங்களில் மிகுந்துக் காணப்படும். நாட்டின் ஒட்டுமொத்த நுகர்வு அளவில் கிராமப்புறங்களின் பங்கு 60 சதவிகிதமாக உள்ளது. ஆகவே, கிராமப்புறங்களில் மேலும் மேலும் அதிகமாக பொருட்களையும், சேவைகளையும் வழங்கும் நிறுவனங்களிடமிருந்து நுகர்வோரை பாதுகாக்க சமூக, சட்ட மற்றும் பிற நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட வேண்டும்.

கிராமப்புற நுகர்வோருக்கு அவர்களுடைய உரிமை சார்ந்த விழிப்புணர்வை அளித்து தங்களுடைய பணத்திற்கு ஏற்ற தரமுள்ள பொருள்கள் அவர்களுக்கு கிடைக்கிறதா என்பதற்கான நடவடிக்கைகளை எடுக்க வேண்டும்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்த சந்தையை சார்ந்தவர்கள் வருமாறு :

- நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்ட நுகர்வோர் அமைப்புக்கள் மற்றும் பிற சமூக அமைப்புக்கள்.
- தொழில் நிறுவனங்கள் மற்றும் வியாபார அமைப்புகள்
- பல்கலைக்கழகங்கள் மற்றும் கல்வி நிறுவனங்கள்
- ஆசிரியர்கள் சங்கங்கள், ஆசிரியர்கள்.
- குடும்ப மற்றும் பெற்றோர் நல அமைப்புகள்
- ஊடகங்கள்

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு என்பது இப்போது மிகவும் விரிவடைந்த நிலையிலும் அதை முன்னெச்சரிக்கையாக மேற்கொள்ளப்படுவதாலும் பல அமைப்புகள் இதில் ஈடுபட்டு நுகர்வோரின் பொருள் வாங்கும் பழக்கங்களை பாதிக்கும் வண்ணம் செயல்படுகின்றனர்.

திசை திருப்பும் விளம்பரங்கள், ஊடகங்களில் பங்கு

சமுதாயத்தில் நலிந்த பிரிவினருக்கும், கிராமப்புற நுகர்வோருக்கும் உதவ ஊடகங்களுக்கு அதிக பொறுப்பு உண்டு. நவீன தொழில்நுட்பத்தின் காரணமாக கிராமப்புற நுகர்வோர் பல ஊடகங்களை அணுக முடிகிறது. ஒரு புதிய பொருள் அல்லது சேவையைப் பற்றிய முக்கியத் தகவல் விளம்பரங்கள் மூலமாகவே கிடைக்கின்றன.

கிராமப்புற சந்தைகளில் பெரும்பான்மையான வணிகர்கள் உள்ளதாலும், கடுமையான போட்டியின் காரணமாகவும் பொய்யான விளம்பரங்கள் இப்போது மிகுந்துள்ளன. அவை, பத்திரிக்கைகளிலும், வானொலி தொலைக்காட்சிகளிலும் வெளிப்பட்டு நுகர்வோரை ஏமாற்றும் வண்ணம் உள்ளது. நுகர்வோரின் பழக்க வழக்கங்களை துல்லியமாகக் கணித்து அதற்கேற்ப இந்த ஊடகங்கள் விளம்பரங்களைச் செய்கின்றன - நுகர்வோரின் நலனை கருதாமல்கூட. பெரும்பாலான கிராமப்புறங்களில் புதிய பொருட்களைப் பற்றிய விழிப்புணர்வு சிறிதளவு உள்ளது. இதற்கு முக்கியக் காரணம், கேபிள் மற்றும் செயற்கைக் கோள் மூலம் கிராமங்களில் கிடைக்கும் வானொலி, தொலைக்காட்சிகள் ஆகியவையாகும்.

பொய்யான விளம்பரங்களுக்கு எதிராக போதிய தண்டனைகள் இல்லை. ஆகவே, கிராமப்புறங்களில் உள்ள ஏழை மற்றும் கல்வி அறிவில்லாத நுகர்வோர் பாதிக்கப்பட வாய்ப்புண்டு. உலக மேம்பாட்டு அறிக்கையின்படி வளரும் நாடுகளில் உள்ள ஏழை மக்கள் அன்றாட வாழ்க்கையை நடத்தி செல்ல கஷடப்படுவதற்கு காரணம் தகவல்கள் சார்ந்த பிரச்சினையேயாகும். ஆகவே, பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய பொய்யான விளம்பரங்களுக்கு எதிராக அரசும் மற்ற அமைப்புகளும் செயல்பட வேண்டும்.

“நுகர்வோரே விழித்திருங்கள்” என்ற முழக்கம் நுகர்வோரோடு தொடர்பு கொள்ள உதவியுள்ளது. இருந்தாலும் கிராமப்புற மக்களோடு தொடர்பு

கொள்ள நாம் இன்னும் வேகமாகச் செல்ல வேண்டும். கிராமப்புற நுகர்வோரின் ஆசைகள், பயங்கள் மற்றும் நம்பிக்கைகளை நாம் நன்றாகப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். பெரும்பாலான கிராமங்களில் தொலைக்காட்சி சேவைகள் இருந்தாலும் அடிக்கடி மின்வெட்டு ஏற்படுவதால் அவர்கள் முழுமையாக பார்க்க முடிவதில்லை. ஆனால், கிராமப்புறங்களில் மிக அதிக அளவிலான டிரான்சிஸ்டர்கள் இருப்பதால் அதன் மூலம் அவர்களை தொடர்பு கொள்ள முடியும்.

விளம்பரங்கள் சார்ந்த அவசியமான நெறிமுறைகளை கடைபிடித்து போலியான விளம்பரங்களால் பாதிப்படையாமல் இருக்க பார்த்துக்கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் பாதுகாப்பு வர்த்தக தடை கவுன்சில் சுயமாக சில நிலைமைகளை அணுகுவது போல இவர்களால் முடியாது. தற்போது, ஏகபோக வர்த்தக தடை கவுன்சில் இல்லாத நிலையில் போலியான விளம்பரங்களை எதிர்க்க நாம் வேறு முயற்சிகளை எடுக்க வேண்டும்.

கலப்படங்களைத் தடுக்க

1986ல் மத்திய அரசு உணவு கலப்பட தடுப்புச் சட்டத்தை திருத்தி அதன்படி உணவு பாதுகாப்பு விஷயத்தில் ஒவ்வொரு குடிமகனும் உணவு பொருட்களை பரிசோதனை செய்ய உரிமை வழங்கியுள்ளது. ஆனால், மக்களுக்கு அந்தத் திறமையை வளர்க்கத் தவறிவிட்டது. ஆகவே, உணவு பொருட்கள் நெறிமுறையாளரின் தயவில்

சட்டம் 1986ல் மோசமான வணிக செயல்கள் யாவை என்று விளக்கப்பட்டுள்ளன. இந்த விஷயத்தில் நுகர்வோர் நீதி மன்றங்கள் சில நல்ல தீர்ப்புகளை வழங்கியுள்ளன. ஆனால், அவைகள், போலியான விளம்பரங்களை தாங்களே விசாரித்து புலனாய்வு செய்து தண்டனை வழங்க முடியாது. ஏகபோக இன்றும் நுகர்வோர் உள்ளனர். ஆகவே, 130 கோடி மக்களுக்கும் இந்த ஆளுமை இருந்தால்தான் இந்த திட்டம் வெற்றியடையும். தினமும் பயன்படுத்தப்படும் உணவு பொருட்களான பால் சார்ந்த பொருட்களான கோயா, வெண்ணெய், நெய், பாலினால் தயாரிக்கப்பட்ட இனிப்பு வகைகளும், பருப்புகள்,

எண்ணெய்கள், கோழி, முட்டை, மாமிசம், பழங்கள் மற்றும் காய்கறிகள் மிக சாதாரணமாக கலப்படம் செய்யப்படுகின்றன என்று இந்திய உணவு பாதுகாப்பு மற்றும் தர ஆணையம் கூறுகிறது. உதிரியாக விநியோகிக்கப்படும் பெரும்பாலான பொருட்கள் கலப்படத்திற்கு உள்ளாகின்றன. பாக்கெட்டில் விநியோகிக்கப்படும் பெரு நிறுவனங்களின் பொருட்கள் பாதுகாப்பாக இருக்க வாய்ப்புண்டு. ஏனெனில் அவர்கள் தங்களுடைய பொருட்களின் மதிப்பை இழக்க விரும்ப மாட்டார்கள். இந்திய உணவு பாதுகாப்பு மற்றும் தர சட்டத்தில் கலப்படம் என்ற வார்த்தையே பயன்படுத்தப்படவில்லை. பாதுகாப்பான உணவு பற்றி குறிப்பிடும் அந்த சட்டம், தரக்குறைவான மற்றும் பாதுகாப்பற்ற பொருட்கள் என்றே குறிப்பிடுகிறது. ஒரு பொருள் பாதுகாப்பாக இல்லை என்பது தவிர பிற பொருட்களின் தரக்குறைவிற்கு ஒரு சிறிய அபராதத்தை செலுத்தி தப்பித்துக் கொள்ளலாம்.

செயல்முறைத் தோல்வி

உணவு பாதுகாப்பு மற்றும் தர சட்டம் அமலுக்கு வந்த பின் உணவு சார்ந்த தரக் கட்டுபாட்டை சோதனை செய்ய ஒரு புது அமைப்பு ஏற்பட்டாலும் அடிமட்ட அளவில் அதே அலுவலர்கள்தான் இதையும் செயல்படுத்துகிறார்கள். தரக்கட்டுப்பாட்டை செயல்படுத்துவதில் இந்தத் துறை தோல்வியடைந்து விட்டதாகவே நுகர்வோர்சார் ஆர்வலர்கள் கருதுகிறார்கள். நுகர்வோரில் 97 சதவிகிதம் மக்கள் அடிப்படை சோதனைகளை செய்வதில்லை. ஒரு பழத்தையோ, காய்கறியையோ வாங்கும் போது, அவை புதியனவா, சுத்தமாக இருக்கிறதா, வெட்டுப்படாமல் அழுகாமல் உள்ளனவா என்று சோதித்து பார்க்க வேண்டும். பாக்கெட்டுகளில் கிடைக்கும் பொருட்களுக்கு தகுந்த முத்திரைகளும் காலாவதியாகும் தேதி போன்றவை உள்ளனவா என்றும் பார்க்க வேண்டும்.

கணினி மூலம் கிராமப்புறங்களில் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துதல்

பிரதம மந்திரி கிராமப்புற மின் கல்வி இயக்கம்

கிராமப்புறங்களிலுள்ள ஆறு கோடி குடும்பங்களுக்கு கணினிசார் அறிவை ஏற்படுத்த பிரதம மந்திரியின் பெயரில் ஒரு திட்டம் அறிவிக்கப்பட்டுள்ளது. இதற்கான திட்ட முதலீடு ரூபாய் 2351 கோடி. இதன் மூலம் கிராமப்புறங்களில் மார்ச் 2019க்குள் கணினிசார் அறிவை ஏற்படுத்த திட்டங்கள் செயல்படுத்தப் படும்.

2016-17 பட்ஜெட்டில் நிதியமைச்சர் அறிவிப்புக்குப்பின் இந்த திட்டம் செயல்படுத்தப்படுகிறது. இந்த வகை கணினிசார் அறிவு வழங்கும் திட்டம் உலகளவில் மிகப்பெரியதாகும். 2016-17இல் 25,00,000 பேரும், 2017-18இல் 275,00,000 பேரும் 2018-19இல் 3 கோடி மக்களும் பயன்பெறுவர். நாடெங்கிலும் பரவலாக இந்த திட்டம் செயல்படும் வண்ணம் 2,50,000 கிராம பஞ்சாயத்துக்களிலும் சராசரி 2,00,300 பேர் பயன் பெறுவர். இப்படி கணினிசார் அறிவு பெற்றவர்கள் கணினிகள், கையடக்க மடிக்கணினி மற்றும் ஸ்மார்ட் தொலைபேசிகளை பயன்படுத்தி வலைதளங்களை பார்க்கவும், மின்னஞ்சல்களை அனுப்பவும் அரசு திட்டங்களை தெரிந்து கொள்ளவும் பணமில்லா பரிவர்த்தனைகளை செய்யவும் முடியும். இந்த திட்டம் மின்னனுவியல் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப அமைச்சகத்தின் மேற்பார்வையில் மாநில மற்றும் யூனியன் பிரதேச அரசுகளோடு சேர்ந்து அவர்களுடைய செயல் துறைகளும், மாவட்ட வலைதளம்சார் ஆளுமை சங்கங்கள் மூலமாகவும் செயல்படுத்தப்படும். 2014இல் மேற்கொள்ளப்பட்ட கல்விசார்ந்த தேசிய மாதிரி கணிப்பு அமைப்பின் அறிக்கையின்படி கிராமப்புறங்களில் 6 சதவிகித குடும்பங்களிலேயே கணினி வசதி உள்ளது. இதன்படி சுமார் 15 கோடி குடும்பங்களில் கணினி இல்லாத நிலையும் அவர்கள் கணினிசார் கல்வி பெறாதவர்களாகவும் இருக்கிறார்கள்.

மின்மயமான இந்தியா தனது நாணயத்தின் இரு பக்கங்களாக கணினிசார் அறிவும் கணினிசார் தொடர்பும் உள்ளன. வெற்றியடைவதற்கு இந்த இரண்டையும் நாம் பெற வேண்டும். அரசின் பணமில்லா பரிவர்த்தனைக்கு வெற்றிபெற கைப்பேசி மூலமாக பல்வேறு பண பரிவர்த்தனைகளை செய்வதை நாம் செயல்படுத்த முடியும்.

இந்த செயல் திட்டத்தை மத்திய அரசின் மின்னனுவியல் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப அமைச்சகம் மாநில மற்றும் மாவட்ட அமைப்புகளோடு இணைந்து செயல்படுத்தி கண்காணிக்கும்.

2016இல் தகவல் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப அமைச்சகத்திலிருந்து பிரித்தெடுக்கப்பட்டு மின்னனுவியல் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப அமைச்சகத்திற்கு மாற்றப்பட்டு இந்திய அரசு தேசிய மின்பதிவு அறிவு இயக்கத்தை செயல்படுத்தி வருகிறது. இந்த திட்டம், மென்பொருள் சேவைகள் நிறுவனங்களின் தேசிய கூட்டமைப்பு, இன்டெல் மற்றும் எச்.பி யோடு இணைந்து செயல்படுத்தப்படுகிறது. வறுமை கோட்டிற்குக் கீழே உள்ளவர்களுக்கும், ஷெட்யூல்டு பழங்குடி மக்களுக்கும் இந்த பயிற்சி இலவசமாக வழங்கப்படுகிறது. மற்றவர்களுக்கு ஒரு சிறிய கட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது.

இந்த திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம் ஒவ்வொரு குடும்பத்தினரிலும் ஒருவருக்காவது மின்பதிவு கல்வியை அளிக்க வேண்டும் என்பதே. முதல் கட்டத்தில் அடிமட்டத்தில் பணி செய்யும் அரசு ஊழியர்களான அங்கன்வாடி பணியாளர்கள் ரேஷன் கடைகளில் பணிபுரிபவர்கள் உள்ளடக்கிய 5.25 மில்லியன் பேருக்கு அளிக்க இலக்கு நிர்ணயிக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த இலக்கு ஏற்கனவே, அடையப்பட்டுவிட்டதாக அரசு தெரிவித்துள்ளது. அந்த தகவல்களின்படி இதுவரை 10 மில்லியன் பேர் பதிவு செய்துள்ள நிலையில் 8.27 மில்லியன் பேருக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட்டு 5.4 மில்லியன் பேருக்கு சான்றிதழ்கள் வழங்கப்பட்டுள்ளன. இதன் அடுத்த கட்டமாக பிரதம மந்திரி ஊரக மின்பதிவு பயிற்சி திட்டம் செயல்படுத்தப்படுகிறது.

கிராமப்புற மக்களின் நுகர்வு பயன்பாடுகள் மாறிக்கொண்டே வந்தாலும் அது நகர்ப்புற மக்களைவிட மாறுபட்டதாகும். ஆகவே, அவர்கள் தங்களுடைய உடல் மற்றும் மன நல்வாழ்வுக்கு ஏற்ற பொருள்கள், சேவைகளைப் பெற தகுந்த முறைகளை உருவாக்க வேண்டும்.

நுகர்வோர் நலம் என்பது அவர்கள் வாங்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளிலிருந்து அவர்கள் என்ன பெற நினைக்கிறார்களோ அதை அடைவதாகும். இந்தியாவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள் இருந்த போதும் மக்களே அதை அறியாத நிலையில் தீர்வு பெற முடியவில்லை. தற்போதுள்ள சமூக பொருளாதார நிலைமைகள் காரணமாக, அரசு பல நடவடிக்கைகள் எடுத்தும் கிராமப்புற நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு அளிக்க முடியவில்லை. அவர்கள் பொதுவாக, ஊடகங்களின் விளம்பரங்களையும், பரப்புரைகளையும் பார்த்து பொருட்களை வாங்குகிறார்கள். ஆகவே, அவர்கள் ஏமாற்றப்படும்போது அவர்களுக்கு நிவாரணங்கள் கிடைப்பதில்லை.

நுகர்வோர் சார்ந்த அமைப்புகள் மற்றும் சமூக குழுக்கள் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு அளிப்பதில் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது. அவர்கள் நுகர்வோருக்கு தேவையான தகவல்களை அளித்து, தேவையான பொருட்களை வாங்குவதில் உதவி செய்ய முடியும்.

இப்படிப்பட்ட நுகர்வோருக்குத் தேவையான தகவல்கள், அவர்கள் ஒரு பொருளை வாங்குவதற்கு முடிவு எடுக்கும் முன்னரே அளிக்கப்பட வேண்டும். இது சார்ந்த கல்வியை, பள்ளி மற்றும் கல்லூரி பாட திட்டங்களில் சேர்க்கலாம்.

போலியான பொருட்கள் சந்தைக்கு வருவதை தடுக்கும் பல சட்டங்களை சிறப்பாக செயல்படுத்தியும் நுகர்வோரை நாம் பாதுகாக்க முடியும்.

தீர்வு முறைகளை பலப்படுத்துதல்

நுகர்வோர்களின் முக்கிய கவலை தங்கள் குறைகளுக்கு தீர்வு பெறுவதேயாகும். ஆகவே, தீர்வு பெறும் நடைமுறைகளை பயன்படுத்த அவர்களுக்கு தகுந்த உரிமை இருக்க வேண்டும். நுகர்வோருக்கு நம்பிக்கை ஏற்பட வேண்டும் என்றால், தவறுகள் நடக்கும் போது, அவர்களுக்குரிய நிவாரணத்திற்கான வழி இருப்பது தெரியவேண்டும்.

பஞ்சாயத்து ராஜ் அமைப்புகள்

கிராமப்புற நுகர்வோரை பாதுகாக்க பஞ்சாயத்துக்கள் மூலம் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துவதோடு, போலியான பொருட்கள் வராமல் தடுக்கவும் வேண்டும். இந்த பஞ்சாயத்து அமைப்புகள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பிலும் நுகர்வோர் நலனிலும் சிறப்பான பணி செய்ய முடியும் என்று கொள்கை வகுப்பாளர்கள் ஏற்றுக்கொண்டுள்ளனர்.

- **ராகுல் சிங்**, வணிக ஆலோசகர், வணிகப் பகுப்பாய்வாளர்.

ஜிஎஸ்டியினால் நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்டிருக்கும் தாக்கம்

- டி.என்.அஷோக்

சரக்கு மற்றும் சேவை வரி (GST) ஜூலை 01, 2017 அன்று நாடாளுமன்றத்தின் கூட்டுக்கூட்டத்தில் மிகுந்த ஆரவாரத்துடன் அறிவிக்கப்பட்டது. இந்தியாவை பன்னாட்டுத்தரத்தில் உலகநாடுகளோடு ஒத்திசையும்படி செய்வதற்கும், தொழில் செய்வதை எளிதாக்குவதற்கும், நாடு முழுவதும் பொருள்களுக்கு ஒரேவிதமான வரி விதிப்பதற்குமாக இந்தவரி அறிமுகமானது. எனினும், GST அறிமுகமாகி நான்கு மாதங்களுக்குப்பிறகு, தொழில் செய்வோரும், நுகர்வோரும் இந்த வரி விதிப்பை வசதியானதாக உணரவில்லை. நடுத்தர வகுப்பைச் சேர்ந்தவர்களும், சிறுதொழில் செய்பவர்களும் மோசமாக பாதிக்கப்பட்டுள்ளனர். சாப்பிடுவதற்கும், பயணம் மேற்கொள்வதற்கும் செலவிடும் போது GSTயும் சேர்ந்துகொள்கிறது. வரிசெலுத்துவதில் நிலவும் சிக்கல் மிகுந்த குழப்பமான நடைமுறைகள் புதிய தொழில்களையும், சிறு தொழில்களையும் பாதித்துள்ளன. GST குழுமம் இதை கவனத்தில் கொண்டு விரைவில் சரி செய்வதாக கூறியுள்ளது.

GST எப்படி தவறாகப்போனது? முதலில் நாம் புரிந்துகொள்ளவேண்டியது GSTயில் தவறு ஏதும் இல்லை என்பதைத்தான். உலகளாவிய தரப்படுத்தப்பட்ட நடைமுறையைத்தான் GST குழுமம் பரிந்துரைத்த சில மாற்றங்களுடன் பிரதமர் அறிவித்தார். இரண்டாவதாக, பொருள்களையும் சேவைகளையும் நான்கு வகைகளாகப்பிரித்து 0%, 5%, 12%, 18%, 28%. ஆகிய விகிதங்களில் வரி போட்டதில்தான் பிரச்னை ஏற்பட்டிருக்கிறது.

முதலில் GST, நுகர்வோரை எப்படி பாதித்திருக்கிறது என்று காண்போம்.

காலணி, உடைகள், ஆயத்த ஆடைகள்:

ரூ.500க்கும் அதிகமான மதிப்புள்ள காலணிக்கு முன்பு 14.41% வரி போடப்பட்டு வந்தது. இப்போது

அதற்கு 18% GST பெறப்படுகிறது. அதற்கும் குறைவான விலை உள்ள காலணிக்கு 5% GST வரி விதிக்கப்பட்டுள்ளது. எனவே ரூ.500க்கு மேல் மதிப்புள்ள காலணி வாங்கும்போது பணம் அதிகமாக செலவாகிறது.

ஆயத்த ஆடைகளுக்கு இருந்த 18.16% வரி 12% GST ஆக குறைக்கப்பட்டது. இதனால் நாகரீக உடை அணியும் நபர்களுக்கு செலவு குறைந்தது.

வாடகைக் கார்கள்:

இணையம் வழியாக பதிவு செய்யப்படும் வாடகைக்கார் பயணங்களுக்கு முன்பிருந்த 6% வரியிலிருந்து 5% ஆக குறைத்து GST விதிக்கப்படுவதால் வாடகை வண்டிப்பயணம் மலிவாகி இருக்கிறது.

விமானக்கட்டணம்

GST வரிவிதிப்பின்படி சாதாரண வகுப்பு விமானப்பயணத்திற்கு 5% வரியும், உயர்வகுப்பு விமானப்பயணத்திற்கு 12% GSTயும் விதிக்கப்பட்டுள்ளது. இதனால் உயர்வகுப்புக்கட்டணம் கூடியிருக்கிறது. சாதாரண வகுப்பு பயணத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ள வரிக்குறைப்பு பயணிகளை சென்று சேர்ந்திருக்கிறதா என்பது இன்னமும் தெளிவாகவில்லை.

இரயில் கட்டணம்

4.5%லிருந்து 5% GST ஆக வரி உயர்ந்திருப்பதால் சாதாரண வகுப்பிலும், படுக்கை வசதியோடும் பயணம் மேற்கொள்ளும் பயணிகளுக்கு பாதிப்பு இல்லை. குளிர் சாதன வகுப்பு, முதல் வகுப்புப் பயணிகளுக்கு கட்டணம் அதிகம்

சினிமா டிக்கெட்கள்

ரூ.100க்கும் குறைவான சினிமா டிக்கெட்டுகளுக்கு 18% GST, அதற்கும் மேல் 28% GST விதிக்கப்படுகிறது. எனவே சினிமா பார்ப்பவர்கள், குறிப்பாக வட இந்தியாவில் ரூ. 175 முதல் ரூ. 300 வரை கொடுத்துப் படம் பார்பவர்கள் மோசமாகப் பாதிக்கப்படுள்ளனர். தமிழ்நாட்டில் சினிமா கட்டணம் ரூ.125க்கு மேல் இருக்கக்கூடாது என்ற உத்தரவு உள்ளது. GSTயுடன் சேர்த்து உள்ளூர் வரிகளும் விதிக்கப்படுவதால் டிக்கெட் விலை இங்கு அதிகமாக இருக்கிறது. இதற்குத் தீர்வு காணவேண்டும் என்று திரைஉலகம் கேட்கிறது.

ஆயுள் காப்பீட்டு பிரிமியக் கட்டணம்- வாழ்நாள் காலத்திற்கான காப்பீட்டிற்கு மொத்தமாக ஒரே ஒரு முறை பணம் செலுத்தும் ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டத்தில் சேரும் போது கூடுதல் வரி செலுத்தவேண்டியிருக்கும்.

பரஸ்பரசகாயநிதி (Mutual funds):

பரஸ்பரசகாயநிதி முதலீட்டிலிருந்து திரும்பக் கிடைக்கும் ஆதாயத்திற்கு GSTயினால் பாதிப்பு மிகக்குறைந்த அளவில்தான் இருக்கும் என்று நிதித்துறை வல்லுநர்கள் கூறுகின்றனர்.

நகைகள்:

நகைகளுக்கு 3% GST, செய்கூலி 5% விதிக்கப்படுவதால் இதில் முதலீடு செய்வது விலை மலிவாக இருக்கும். கட்டப்பட்டுவரும் கட்டடங்களுக்கு GST 18%.

கல்வி, மருத்துவ செலவுகள்: ஆரம்பக்கல்விக்கும், மருத்துவத்திற்கும் GST வரிவிதிப்பு இல்லை. ஆனால், இத்துறைகளுக்குத் தேவைப்படும் சில பொருள்களுக்கும், சேவைகளுக்கும் உள்ளீட்டு வரிகள் அதிகரித்திருப்பதால் அந்த வரிச்சுமை நுகர்வோர் தலையில் சுமத்தப்படக்கூடும்.

தங்கும் விடுதி:

சிறந்த 3 நட்சத்திர, 5 நட்சத்திர விடுதிகளில் தங்கினால் ரூ.2500 முதல் ரூ.10000 வரை வாடகை செலுத்தவேண்டிவரும். 1000 ரூபாய்க்குக்குறைவான அறை வாடகைக்கு GST வரிவிதிப்பு இல்லை. ரூ.5000க்கும் மேல் 28% GST வரிவிதிக்கப்படும்.

கொஞ்சம் செலவு பிடிக்கும் செயல்தான். பெரும்பாலான மாநிலங்களில் இதற்கு முன்பு நகைகளுக்கு 2% வரி விதிக்கப்பட்டது.

சொத்துக்களை வாங்குதல்: கட்டி முடிக்கப்பட்டு தயாராக இருக்கும் கட்டடங்களைக்காட்டிலும் கட்டுமானம் நடந்துகொண்டிருக்கும் கட்டடங்கள்

கார் வாங்குவது:

இந்தியச் சந்தையில் பெரும்பாலான கார்கள் குறிப்பாக சிறிய ரக கார்கள் ஓரளவு விலை குறைவாக இருக்கும். ஆடம்பர கார்களுக்கு 28% GSTயும் அதற்கு மேலாக கூடுதல் செஸ் வரியும் விதிக்கப்படும். எத்தனை கார் உற்பத்தி நிறுவனங்கள்

சிறிய ரக கார்களுக்கான வரிச்சலுகையை நுகர்வோர் அனுபவிக்கும்படி கொடுக்கிறார்கள் என்பது ளிவாகத்தெரியவில்லை.

கைபேசிக் கட்டணங்கள்:

தொலைபேசி சேவைகளுக்கு முன்பிருந்த 15%வரிக்கு பதிலாக் இப்போது 18% GST

விதிக்கப்படுவதால் கட்டணங்கள் அதிகரிக்கும். எனினும் கடுமையான போட்டியின் காரணமாக தொலைபேசி சேவை வழங்கிவரும் தனியார் நிறுவனங்கள் 3% வரி அதிகரிப்பை தங்களே ஏற்றுக்கொள்ள முன்வந்துள்ளன.

உணவகங்கள்:

வெளியில் உணவருந்துவதற்கு அதிக செலவாகும். 5 நட்சத்திர விடுதிகளில் சாப்பிட்டால் 18% GSTயும், குளிர்ப்பதன வசதி இல்லாத விடுதிகளில் 12% GSTயும், 50 இலட்ச ரூபாய் வரை விற்றுமுதல் உள்ள சாதாரண விடுதிகள், தாபாக்களுக்கு 5% GST யும் விதிக்கப்படும்.

IPL போன்ற நிகழ்ச்சிகள்:

IPL போன்ற பிரபலமான நிகழ்ச்சிகளுக்கு 28% GST. முன்பு இது 20%ஆக இருந்தது. இதனால் டிக்கெட் விலை கூடும். சர்க்கஸ், இந்திய செவ்வியல் நடனம், நாட்டுப்புற நடனம் ஆகியவற்றிற்கு GST 18%.

DTH, கேபிள் சேவைகள்:

கேளிக்கை வரியாக முன்பு 10 முதல் 30% வரியும் கூடுதலாக 15% சேவை வரியும் விதிக்கப்பட்டது. இப்போது 18% GST மட்டும் விதிக்கப்படுவதால்DTH (Direct-To-Home), கேபிள் கட்டணங்கள் குறையும்.

பொழுதுபோக்கு பூங்காக்கள்:

28% GST போடப்படுவதால் டிக்கெட் விலை கூடும். பொழுதுபோக்கை விரும்பும் குடும்பங்களுக்கு சுமையே மிஞ்சும்.

GST வரி இல்லாத பொருள்களின் பட்டியல்:

பதப்படுத்தப்படாத தானியங்கள், அரிசி, கோதுமை.

தர அடையாளம் இல்லாத கோதுமைமாவு, மைதா மாவு.

பதப்படுத்தப்படாத பால், காய்கறிகள், மீன், இறைச்சி போன்றவை.

சிந்தூர், மருதாணி, வளையல்கள்.

குழந்தைகள் படம் வரையும்/வண்ணம் பூசும் புத்தகங்கள்.

அன்றாட வாழ்வில் பயன்படும் ஒரு சில பொருள்கள் இவை.

GST வரிவிதிப்பின் காரணமாக சில பொருள்கள் விலை குறைந்தும், சில பொருள்கள் விலை கூடியும் இருக்கின்றன.

தொழில்துறைகளில் GSTயின் தாக்கம்:

ஒரு தேசம் ஒரே வரி என்பதுதான் GST வரி விதிப்பின் முக்கியமான நோக்கம். உள்நாட்டு முதலீட்டாளர்களில் ஒரு பிரிவினரும், வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர்களில் பெரும் பகுதியினரும் இதனை வரவேற்கிறார்கள். சுங்கவரி, மதிப்புக்கூட்டுவரி, சேவைவரி போன்ற 12 வகைப்பட்ட மத்திய, மாநில வரிகளை GST நீக்கியிருக்கிறது.

தொழில்களில் GSTயின் தாக்கம்:-

சிறு, நடுத்தரத்தொழில் நிறுவனங்கள்:

மத்திய GST, மாநில GST வரிகள் இணைந்த புதிய வரி சாம்ராஜ்யத்தில் ஆண்டு விற்றுமுதல் 20இலட்சம் (சில மாநிலங்களில் இது ரூ.10இலட்சம்)

வரை உள்ள தொழில் முனைவகங்கள் GST வரி செலுத்தவேண்டும். புதிய GST விதிமுறையினால் சிறு, நடுத்தர நிறுவனங்கள் கடுமையாக பாதிக்கப்பட்டுள்ளன.

இரட்டை வரிவிதிப்பு இல்லாமல் எளிதாகத் தொழில் தொடங்குதல், புதிய தொழிலகங்களின் மீது குறைவான வரிச்சுமை, விரைவாக வழங்கப்படும் சேவைகள் ஆகியவை GST யால் ஏற்பட்டிருக்கும் சாதகங்கள் ஆகும்.

வீடு/மனை பிரிவில் GSTயினல் ஏற்பட்டுள்ள தாக்கம்:

அதிகமான வேலைவாய்ப்பு தரும் துறை இதுவாகும். சொத்துமதிப்பில் 12% GST செலுத்தவேண்டும்.

வாகன உற்பத்திதுறையில் GSTயின் தாக்கம்:

GST யால் இத்துறை பெருமளவு பயனை அடைந்திருக்கிறது. சாலை வரி, சுங்கவரி, விற்பனைவரி, மதிப்புக்கூட்டுவரி போன்ற பலவிதமான மத்திய, மாநில வரிகள் இல்லாமல் ஒழிந்து GST எனும் ஒற்றை வரி மட்டும் வந்திருக்கிறது. இருப்பினும் சிலகுழப்பங்கள் நிலவிவருகின்றன. 13 பேர் வரை பயணம் செய்யக்கூடிய வாகனங்களுக்கு 25% கூடுதல் செஸ் வரி உண்டு. கார்களுக்கு அதிகபட்ச GST 28%.

முடிவுரை

GST வரி விதிப்பு சில திருத்தங்களுடன் நீடிக்கும்:

உலக வங்கி வெளியிட்டுள்ள எளிதாகத் தொழில்தொடங்கும் வசதி கொண்ட நாடுகளின் பட்டியலில்130தாவது இடத்தில் இருந்து 100வது இடத்திற்கு GST வரிவிதிப்பிற்குப்பிறகு இந்தியா முன்னேறி வந்து இருக்கிறது.

அதிகபட்ச GST வரிவுதிப்பு 28% என்பதைக் குறைப்பதற்கான முயற்சிகள் தொடர்ந்து நடந்துகொண்டே இருக்கும் என்கின்றனர். GST வரி விதிப்பு சில திருத்தங்களுடன் தொடர்ந்து நீடிக்கும்.

- **டி.என்.அஷோக்**, பிரஸ் டிரஸ்ட் ஆப் இந்தியாவில் பொருளாதாரப்பிரிவின் ஆசிரியர்.

•

பாரத்மாலா திட்டம்:

- G. ரகுராம்

அண்மையில் அறிவிக்கப்பட்ட பாரத்மாலா பரியோஜனா திட்டம், சாலை மேம்பாட்டில் ஒரு புதிய மைல்கல். தேசிய நெடுஞ்சாலைகள் மேம்பாட்டுத்திட்டம் (NHDP) தங்க நாற்கரச்சாலை (GQ) திட்டத்தை செயல்படுத்தி இருக்கிறது.

1500 இடங்களில் மேற்கொள்ளப்பட்ட கணக்கெடுப்பிற்குப் பிறகு 24800 கிலோமீட்டர் நீளத்திற்கு புதிய சாலைகளை உடனடியாக அமைப்பது எனமுடிவு எடுக்கப்பட்டது. 24800 கிலோமீட்டர் சாலையில், 5000 கிலோமீட்டர் பக்கவாட்டுச் சாலை விரிவாக்கமாகும். சுற்றுச்சூழல் அனுமதி, நில ஆர்ஜிதம் ஆகிய காரணங்களால் ஆறு வழிச்சாலைத்திட்டம் முழுமையாக நிறைவேறவில்லை. 800 கிலோமீட்டர் நீளத்திற்கு மட்டுமே விரைவுச்சாலை இருக்கிறது. இதுவரை கிடைத்திருக்கும் அனுபவங்களை நாம் பாடமாகக் கொள்ளவேண்டும்.

83677 கிலோமீட்டர் தூரத்திற்கு 6.92 இலட்சம் கோடி ரூபாய் செலவில் சாலைகள் அமைக்கும் ஒரு பிரமாண்டமான திட்டம் இப்போது அறிவிக்கப்பட்டிருந்தாலும், 5.35 இலட்சம் கோடி ரூபாய் செலவில் 35800 கிலோமீட்டர் தூரத்திற்கு சாலை அமைப்பதில்தான் கூரிய கவனம் இருக்கும். இதில் 10ஆயிரம் கிலோமீட்டர் நெடுஞ்சாலை அடுத்தகட்டத்தில் நிறைவேற்றுவது என தேசிய நெடுஞ்சாலைகள் மேம்பாட்டுத்திட்டத்திடம் (NHDP) இருந்து எடுத்துவைக்கப்பட்டிருந்த திட்டமாகும்.

1.திட்டத்தைத் தெரிந்தெடுத்தல்:

சாலை தொடங்குமிடம் முதல் முடியும் இடம் வரை இருக்கும் போக்குவரத்து அடர்வு பற்றிய

அறிவியல்பூர்வமான ஆய்விற்கு முயற்சிகள் செய்யப்படுகின்றன. உதாரணமாக, கிழக்கு - மேற்குப் பாதையில் மும்பையிலிருந்து கொல்கத்தாவிற்கு செல்லும் பாதை முற்றிலும் நான்கு வழிப்பாதையாக அமைக்கப்படவேண்டும் என ஆய்வு தெரிவித்தது. அதற்கான தேவை இருந்தபோதிலும் இந்தத்திட்டம் அரசியல் காரணங்களால் போதிய கவனத்தைப் பெறவில்லை. மாறாக சௌராஷ்டிரா - சில்ச்சார் பாதை அமைப்பதற்கு முன்னுரிமை தரப்பட்டது.

2. சாலை வேலைகளும், நிதியும்:

சாலை அமைப்பதற்கு அரசாங்கம் - தனியார் இருவரின் பங்கேற்பும் கொண்ட PPP திட்டம் தொடங்குவதற்கு ஆரம்பத்தில் ஆதரவு இல்லாத நிலையில் EPC முறையில் சாலை அமைக்கப்பட்டது. ஆயினும், வருவாய் வராமல் போகும் ஆபத்து இருந்தது கவலை அளித்தது. EPC முறைப்படி சாலைகள் அமைப்பதற்கு ஆதரவு பெருகிவருகிறது.

3. நில ஆர்ஜிதம், சுற்றுச்சூழல் அனுமதி:

இந்தப்பிரச்னைகள் இருந்து கொண்டேதான் இருக்கும். அவற்றை சமாளித்தே ஆகவேண்டும். 2009-14 காலகட்டத்தில் நிலஆர்ஜித மசோதா நிறைவேற்றப்பட்டது ஆறுதல் அளிக்கும் விஷயம். காடுகளைப்பாதுகாப்பதற்காக சுற்றுச்சூழல் அனுமதிதருவதில் கடுமை காட்டப்பட்டது. ஒப்பந்தம் போடப்பட்ட பின்பே ஒழுங்குமுறைச்சட்டம் வந்தது. இதனால் வேலைகள் தடைபட்டன. மேலும் சில ஒழுங்குமுறைகளுக்கும் இந்த சட்டத்தில் இடம் இருக்கிறது. இதன் காரணமாக வேலைகள் தாமதமாகின்றன.

4. தைரியமான பார்வை:

83677 கிலோமீட்டர் தூரத்திற்கு சாலைகள் அமைப்பதே ஒரு தைரியமான பார்வைதான் என்றாலும், திட்ட அமலாக்கத்தில் சிதைவுகள் ஏற்பட்டுவிடுகின்றன. பல திட்டங்களுக்கு எதிராக நீதிமன்றங்களில் வழக்குகள் தொடுக்கப்படுகின்றன. முன்னுரிமைகளை சரியாக முடிவு செய்துகொண்டு சாலை மேம்பாட்டில் அர்ப்பணிப்பை மீண்டும் கொணர்வது புதிய அணுகுமுறையாக இருக்கவேண்டும். விரைவுச்சாலைகளுக்கு முக்கியத்துவம் தரவேண்டும்.

- **G. ரகுராம்**, இயக்குநர், இந்திய மேலாண்மைக்கழகம், பெங்களூரு.

இந்திய தரநிர்ணயக்கழகம் (BIS) - நுகர்வோருக்கான செயல்பாடுகளும் பாதுகாப்புகளும்.

> “நம்முடைய வளாகத்திற்கு வருகைதரும் மிக முக்கியமான ஒரு நபர் வாடிக்கையாளர்”- மகாத்மா காந்தி.

எந்த ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கும் வாடிக்கையாளரே அடித்தளம் ஆவார். எந்த ஒரு நிறுவனத்தின் மூலோபய முதன்மை நோக்கங்களில் ஒன்று நுகர்வோரின் தேவைகளை அடையாளங்கண்டு நிறைவேற்றுவது ஆகும். ஒரு நிறுவனத்தின் வழிமுறைகள் அனைத்திலும் நுகர்வோரின் முக்கியத்துவத்தை கருத்தில்கொண்டு செயல்படுவது நுகர்வோரின் மிகுந்த மனநிறைவிற்கு வழிசெய்வதுடன் நிறுவனத்தின் நீண்ட கால இலக்குகளை அடைவதற்கும் உதவிடும்.

இந்தியாவில் மக்கள் தொகை அதிகமாக இருப்பதால் ஒவ்வொரு உற்பத்தி மற்றும் வணிக நிறுவனத்திற்கும் பெரிய சந்தை உருவாகி இருக்கிறது. தேசத்தின் வளர்ச்சி முகமும், பல அடுக்கு நிலைகளில் இருக்கும் பொருளாதாரமும் நேரிய தன்மையும், ஒழுக்கநெறிகளும் கொண்டுள்ள நிறுவனங்களுக்கு சொர்கபுரியாகும்.

இந்தப்பார்வையில் காணும்போது, நுகர்வோர் தங்களைப் பாதுகாத்துக்கொள்வதற்கு உயிர்ப்புடன் செயல்படவேண்டிய தேவை இருக்கிறது. நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்கான நடவடிக்கைகளை மேம்படுத்தவேண்டிய தேவை அரசாங்கத்திற்கு இருக்கிறது.

நம் நாட்டின் தீர்க்கதரிசிகள் இந்த இலக்குகளை நோக்கி செயல்பட்டு சுதந்திரம் கிடைக்கவிருந்த தருவாயில், 70 ஆண்டுகளுக்கு முன்பு இந்தியத்தரநிர்ணயநிறுவனம் - Indian Standards Institution (ISI), என்ற ஒரு அமைப்பை உருவாக்கி அதனை ஒரு தேசிய தர நிர்ணய அமைப்பாக சங்கப்பதிவுச்சட்டம் 1860இன் கீழ் பதிவு செய்தனர். இந்தியத்தொழில் நிறுவனங்களின் தரத்தை மேம்படுத்துவது இதன் உரிமைக்கட்டளையாக இருந்தது. பிறகு, இது உற்பத்திப்பொருள்களுக்கு இந்தியத்தர நிறுவன (சான்றிதழ் குறிகள்) சட்டம், 1952இன் மூலம் தரச்சான்றிதழ் செயல்பாடுகளில் ஈடுபட்டது.

தேசத்தின் பொருளாதாரம் எல்லை மீறிய பாய்ச்சலைக்கண்டபோது, 1987இல் BIS சட்டம் 1986இன் படி இந்தியத்தரநிர்ணயக்கழகம் - Bureau of Indian Standards என்று பெயர் மாற்றப்பட்டது. இதன் வெற்றியும், புகழும், வளர்ச்சியும்; மாறுபட்ட சந்தைச்சூழலும் சேர்ந்து BIS Act 2016 உருவாகக் காரணமாயிற்று. தேசத்தின் பொருளாதர்த்திற்கு இது பல வழிகளும் துணையாயிற்று. பாதுகாப்பான, நம்பகத்தன்மைகொண்ட, நுகர்வோரின் உடல்நலத்தை பாதிக்காத தரமான பொருள்கள் சந்தைக்கு வருவதற்கும், ஏற்றுமதியும், இறக்குமதியும் பெருகுவதற்கும், வகைகளின் பெருக்கத்தைத் தடுப்பதற்கும் BIS இன் தரக்கட்டுப்பாடும், தரச்சான்றிதழ்களும் உதவின.

மானक: पथप्रदर्शक:

நுகர்வோருக்கு உயர்தரமுள்ள பொருள்கள் கிடைப்பதை பின்வரும் பல்வேறு நடவடிக்கைகள் அடங்கிய நுட்பமான ஏற்பாட்டின் மூலம் BIS அமைப்பு இதனை உறுதிப் படுத்தியது. தரங்களின் உருவாக்கம்

a) பொருள்களுக்கு சான்றளித்தல்
b) கட்டாயப் பதிவுத் திட்டம்
c) வெளிநாட்டு உற்பத்தியாளர்கள் சான்றளிப்புத்திட்டம்
d) ஹால் மார்க் வழங்கும் திட்டம்
e) சோதனைச்சாலை சேவைகள்
f) சோதனைச்சாலைகளை அங்கீகரிக்கும் திட்டம்
g) இந்தியத்தரநிர்ணயம்
h) நுகர்வோர் விவகாரங்கள் தொடர்பான செயல்பாடுகள்
i) பயிற்சிகள், தேசிய அளவிலும் பன்னாட்டு அளவிலும்
j) தகவல் சேவைகள்

இவையாவும் புதுதில்லியில் உள்ள தலைமையகத்தில் இருந்து செயல்படுத்தப்படுகின்றன. இதன் மண்டல அலுவலகங்கள் கொல்கத்தா (கிழக்கு மண்டலம்), சென்னை (தெற்கு மண்டலம்), மும்பை (மேற்கு மண்டலம்), சண்டிகர் (வடக்கு மண்டலம்), தில்லி (மத்திய மண்டலம்) என ஐந்து இடங்களில் உள்ளன.கிளை அலுவலகங்கள் பல்வேறு மாநிலங்களில் உள்ளன. ஐந்து மண்டலங்களிலும் உள்ள கள அலுவலகங்கள் தொழிற்சாலைகளுக்கு சான்றிதழ் வழங்குகின்றன. மாநில அரசுகள், தொழிலகங்கள், தொழில்நுட்ப நிறுவனங்கள், நுகர்வோர் அமைப்புகள் ஆகியவற்றிற்குப் இணைப்புப் பாலமாக விளங்குகின்றன.

பொருள்கள் தர நிர்ணயங்களோடு ஒத்திருக்கின்றனவா? என்பது பின்வரும் திட்டங்களின் மூலம் ஆராயப்படுகிறது.

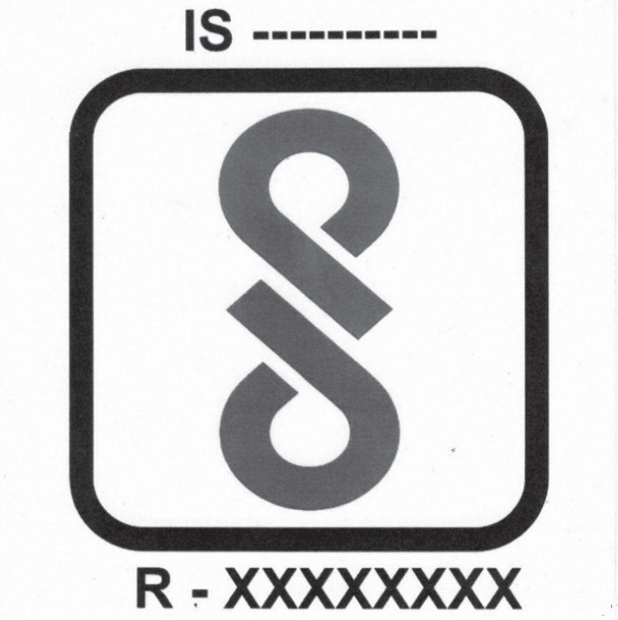
பொருள்களுக்குத் தரநிர்ணயக்குறியீடு வழங்கும் BIS இன் திட்டம் பொருள்களின் தரம், பாதுகாப்பு, நம்பகத்தன்மை ஆகியவை பற்றி நுகர்வோருக்கு மூன்றாம் நபரின் உத்திரவாதத்தை அளிக்கிறது. ஒரு பொருளின் மீது ISI சான்றுக்குறியீடு இருந்தால் அந்தப்பொருள் தர வரையறைகளைப் பின்பற்றி தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது என்று பொருள்படும். உரிமம் பெற்றுள்ள உற்பத்தியாளரின் உற்பத்தி வழிமுறைகளைத் தொடர்ச்சியாகக் கண்காணிப்பதன் மூலமும், சந்தையிலிருந்தும், ஆலைகளிலிருந்தும் மாதிரிகளை எடுத்து சோதிப்பதன் மூலமும் தரம் உறுதி செய்யப்படுகிறது. தரம் உறுதிசெய்யப்பட்ட பிறகு உற்பத்தியாளர் சுயசான்று அளித்துக் கொள்ளலாம். தர நிர்ணயக்கழகம் உன்னிப்பாக கண்காணித்துக்கொண்டே இருக்கும்.

ISI சான்றினை உற்பத்தியாளர்கள் தாமாகவே முன்வந்து பெற்றுக்கொள்ளும் வகையில் இந்தத்திட்டம் செயல்படுத்தப்படுகிறது. இருந்தபோதிலும், பொது சுகாதாரம், பாதுகாப்பு, கட்டமைப்புத் தேவைகள் போன்றவற்றிற்கு ISI சான்று கட்டாயமாகப் பெறவேண்டும். பல்வேறு சட்டங்களின்படி பல்வேறு பொருள்களுக்கு அவ்வப்போது இது கட்டாயமாக்கப்படும். விண்ணப்பத்தின் அடிப்படையில் BIS உரிமங்களை வழங்கும். தரச்சான்று வழங்குவதற்கு என அதிகார அமைப்புகள் உள்ளன. LPG எரிவாயு உருளைகள், ரெகுலேட்டர்கள், வால்வுகள் போன்றவை தரச்சான்று கட்டாயமாகப்பெறவேண்டும். தரச்சான்று கட்டாயமாகத்தேவைபடும் பொருள்களின் பட்டியல் BIS இணையதளத்தில் உள்ளது.

ஆபரணங்களில் மதிப்புமிக்க தங்கத்தின் விகிதாச்சார அளவு எவ்வளவு இருக்கிறது என்று துல்லியமாக வரையறுத்து அதிகாரப்பூர்வமாகப் பதிவுசெய்வது Hallmark பதிவாகும். இந்தத்திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம் பொதுமக்களை கலப்பட ஏமாற்றில் இருந்து காப்பதாகும். உற்பத்தியாளர்கள் தரத்தை பேணுவதற்கு நிர்பந்திக்கப்படுகிறார்கள். இந்தியாவில் தற்போது தங்கம், வெள்ளி ஆகிய விலைமதிப்புள்ள உலோகங்களுக்கு ஹால்மார்க் குறியீடு

வழங்கப்படுகிறது. இது சர்வதேச கட்டளை விதிகளின் அடிப்படையில் செய்யப்படுகிறது. இந்தத்திட்டத்தின்படி நகை விற்பனையாளர்களுக்கு உரிமம் தரப்படுகிறது. இவர்கள் BIS இன் அங்கீகாரம் பெற்றுள்ள மதிப்பீடு மையங்களில் தங்கள் நகைகளுக்கு ஹால்மார்க் முத்திரையைப்பெறலாம்.

மத்திய மின்னணு மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப அமைச்சகம் (MeitY) பாதுகாப்புக் காரணங்களுக்காக கட்டாயமாக பதிவு செய்துகொள்ளப்படவேண்டிய முப்பதுக்கும் மேற்பட்ட மின்னணுப் பொருள்களை ஒரு ஆணையின் மூலம் பட்டியலிட்டுள்ளது. இந்தப்பொருள்களுக்கு கட்டாயப் பதிவு முறையை இந்தியத் தர நிர்ணயக்கழகம் செயல்படுத்திவருகிறது.



BIS தனது இணையதளத்தில், உற்பத்தியாளர்கள் தாமாகவே சோதித்துக்கொள்ளும் முறைகளை வெளியிட்டுள்ளது.

தரமான பொருள்களை சந்தைப்படுத்துவதில் இப்படி பல்வேறு வகைகளில் BIS முயன்று வருகிறது.

CARE எனும் பெயருடைய கைபேசி செயலியை நுகர்வோருக்காக BIS உருவாகிஉள்ளது. BIS website/ Google Playstore, ஆகியவற்றிலிருந்து Android அல்லது iOS இல் இயங்கும் சீர்மிகு கைபேசிகளில் இதனைத் தரவிறக்கம் செய்துகொள்ளலாம். இதன் மூலம் தகவல்கள் பெறலாம். ISI குறியீடு/ Hallmark குறியீடு உள்ள பொருள்கள் பற்றிய புகார்களையும் தெரிவிக்கலாம்.

இணையதள இணைப்புகளின் பட்டியல்:

வ.எ	எதைப்பற்றிய தகவல் தேவை?	இணையதளஇணைப்பு
1	தரம் பற்றி அறிய	Locate your Standards > Search for Standards
2	ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கு உரிமம் பெற	Locate your Standards > Search for Standards >> (Click on the number given under No. of licences)
3	உரிம விண்ணப்பத்தின் நிலை அறிய	Product Certification > Online information >> Application /licence Related.
4	BIS தரக்குறியீடு, பிற சேவைகள் பற்றிய புகார்களுக்கு	For Consumers > Online Complaint Registration

•

வளர்ச்சிக்கான வரைபடம்

இந்தியாவிற்கும் வங்காளதேசத்திற்கும் இடையே புதிய எல்லை வழி இரயில்

இந்தியா, வங்காளதேசம் ஆகிய இரு நாட்டு எல்லைகளின் ஊடாகச் செல்லும் 'கொல்கத்தா - குல்னா' பந்தன் எல்லை வழி விரைவு இரயிலை இந்தியப்பிரதமரும், வங்காளதேசப்பிரதமரும் கொல்கத்தா நிலையத்தில் இருந்து காணொளிக்காட்சி மூலம் நவம்பர் 9ஆம் தேதியன்று கொடியசைத்துத் தொடங்கிவைத்தனர். இருநாட்டுத்தலைவர்களும் இணைந்து பின்வரும் திட்டங்களைத் தொடங்குவதற்கான மின்னணு உலோகவில்லைகளைத் திறந்து வைத்தனர்.

(i) வங்காளதேசத்தில் பரிராப் - டிட்டாஸ் ஆகிய இடங்களில் இரண்டாவது பாலங்கள் அமைத்தல்.

(ii) குடியேற்றம், சுங்கஅனுமதி வசதிகளுடன் பன்னாட்டு இரயில் பயணிகள் முனையம் (மைத்ரி விரைவு வண்டி, பந்தன் விரை வண்டிப்பயணிகளுக்காக) கொல்கத்தா நிலையத்தில் அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

பிரதமர் மோதி அவர்கள் தனது உரையில், இரு நாடுகளுக்கும் இடையில் நெருங்கிய தொடர்பும், புரிதலும் உருவாவதற்கு, இரு நாட்டு மக்களுக்கும் இடையில் எல்லை கடந்த தொடர்பு தேவையாகிறது. மைத்ரி, பந்தன் விரைவு வண்டிகளில் இருநாடுகளுக்கும் இடையிலான தொடர்பையும், பிணைப்பையும் வலுப்படுத்தும் என்று குறிப்பிட்டார். வங்காளதேசத்தில் தொடர்ச்சியான பல வளர்ச்சித்திட்டங்களை மேற்கொண்டு நிறைவேற்றித்தந்து வங்கதேசத்தின் நம்பகமான துணையாக இந்தியா இருந்து வருகிறது என்ற உண்மையையும் பிரதமர் கோடிட்டுக்காட்டினார்.

வங்காள தேசத்தின் பிரதமர் ஷேக் ஹசீனா இத்தகைய முன் முயற்சிகளைப் பாராட்டினார். இரு நாடுகளுக்கும் இடையிலான இரயில் போக்குவரத்தில் இவை போன்ற இன்னும் பல முன்முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படும் என்று நம்பிக்கை தெரிவித்தார். இரு முனைகளிலும் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ள குடிபெயர்வு, சுங்கஅனுமதி வசதிகளின் காரணமாக மைத்ரி, பந்தன் விரைவு வண்டிகளில் பயண நேரம் குறையும் என்றும் அவர் தெரிவித்தார்.

கொல்கத்தா டாக்கா கன்டோன்மென்ட் இரயில் நிலையங்களுக்கு இடையில் 2008 ஏப்ரலில் மைத்ரி விரைவு இரயில் வண்டிவிடப்பட்டது. பந்தன் விரைவு வண்டி இரண்டாவது இரயிலாகும். கொல்கத்தாவிற்கும் குல்னாவிற்கும் இடையில் உள்ள தொலைவை இந்த இரயில் பெட்ராபோல், பெனாபோல் வழியாக கடக்கிறது. இரு தேசத்து மக்களின் தேவைகளுக்குப் பயன்பட்டு தொடர்பை அதிகப்படுத்துகிறது.

வாரந்தோறும் ஒவ்வொரு வியாழக்கிழமையிலும் பந்தன் விரைவு இரயில் இயக்கப்படுகிறது. இந்தியாவில் கொல்கத்தா பன்னாட்டுப் பயணிகள் முனையத்திலும், வங்காளதேசத்தில் பெனாபோல் எல்லை இரயில் நிலையத்திலும் குடிமை, சுங்கச்சோதனைகள் நடத்தப்படுகின்றன.

இரண்டு இரயில்களிலும் பயணிகள் தாமதமின்றிப் பயணம் செய்வதற்கு ஏதுவாக, தேவையான கட்டமைப்பு வசதிகளுடன் பன்னாட்டு இரயில் பயணிகள் முனையத்தை கொல்கத்தா நிலையத்தில் இரயில்வே அமைச்சகமும், குடிபெயர்வு மற்றும் சுங்கத்துறையும் இணைந்து ஏற்படுத்தியுள்ளன.

வங்காளதேசத்தில் பைராப், டிடாஸ் இரண்டாவது பாலங்கள் கட்டப்பட்டுவருகின்றன. இவை வங்காளதேசத்தில் இந்தியாவின் உதவியுடன் செயல்படுத்தப்படும் மிக முக்கியமான திட்டங்களாகும். ஒரு கிலோமீட்டர் நீளமுள்ள பைராப் இரயில் பாலம் பலம் பொருந்திய மேஹ்னா நதியின் மீது 75 மில்லியன் அமெரிக்க டாலர் செலவில் இந்திய ஒப்பந்ததாரர்களாலும், ஆலோசகர்களாலும் கட்டப்பட்டுவருகிறது. அதைபோலவே, டிடாஸ் இரயில் பாலமும் கிழக்கு வங்காளதேசத்தில் 25 மில்லியன் அமெரிக்க டாலர் மதிப்பில் உருவாகிவருகிறது. இந்த இரு இரயில் பாலங்களும் சிட்டகாங் - டாக்கா முக்கிய இரயில் பாதையில் அமைகின்றன. பயணிகள்போக்குவரத்தும், சரக்குப்போக்குவரத்துகளும் விரைவாக நடைபெறுவதற்கு இந்தப்பாலங்கள் உதவும்.

•

உங்களுக்குத் தெரியுமா?

தண்ணீர்த் தணிக்கை

தண்ணீர் உயிர் நீர். இருந்தபோதிலும் அதற்குரிய முக்கியத்துவத்தை நாம் தருவதில்லை. தண்ணீர் அபரிமிதமாகவும், மலிவானதாகவும் இருப்பதாக நாம் நினைத்துக்கொள்கிறோம். தண்ணீரை சேமிப்பதற்கு போதிய ஊக்கம் தரப்படுவதில்லை. ஒட்டுமொத்தக்காட்சியும் இப்போது மாறிவிட்டது. தண்ணீர்ப் பற்றாக்குறை என்பது உலகளாவிய ஒரு பிரச்னையாக அங்கீகரிக்கப்பட்டிருக்கிறது. தண்ணீருக்கான தேவை 2030ஆம் ஆண்டில் 40% அதிகரிக்கும். அதே ஆண்டில் உலக மக்கள் தொகையில் சரிபாதி, தண்ணீருக்கான தேவை அதிகமாக இருக்கும் பகுதிகளில் வசிப்பார்கள். தண்ணீர்த்தேவை உள்ள நாடாக இந்தியா விரைவில் மாறிவிடும். எனவே தண்ணீர்ப் பாதுகாப்பை நோக்கி நாம் அனைவரும் உழைக்கவேண்டிய தேவை ஏற்பட்டிருக்கிறது. தண்ணீரின் பயன்பாட்டைக் குறைத்துக் கொள்வதும், அதனைத் திறம்படவும் சிறப்புறவும் மேலாண்மை செய்வதும் தேவையான 'மந்திரமாக' இருக்கிறது.

தண்ணீர்த் தணிக்கை என்பது திறமையான நீர் நிர்வாகத்திற்கு உகந்த கருவியாகும். நீர் வீணாவதைக் குறைத்து, நீர்ப்பயன்பாட்டை சிறப்புறச் செய்து அதன் மூலம் போதுமான அளவு நீரை சேமிக்கலாம். மறுசுழற்சி செய்யப்பட்ட நீரை வீடுகள், சக்தி உருவாக்கம், தொழிலகங்கள், நீர்ப்பாசனம் ஆகியவற்றிற்குப் பயன்படுத்திக் கொள்ளமுடியும். தண்ணீர்ப் பங்கீட்டு முறைகள், தண்ணீர் பயன்படுத்துவோர் ஆகியவை பற்றிய விரிவான தோற்றத்தை தண்ணீர்த் தணிக்கை தருகிறது.

கூடுதல் நம்பகத்தன்மையுடன் நீர்வளத்தினை திறம்பட நிர்வகிப்பது இதனால் சாத்தியப்படுகிறது.

தண்ணீர்த் தணிக்கைப் படிநிலைகள்:

நீர்வழங்கல், நீர்ப்பயன்பாடு பற்றிய ஆய்வு:

நீர்வள ஆதாரங்கள் அமைந்திருக்கும் விதம் பற்றிய விவரங்கள், நீர்ப் பங்கீட்டுக்கட்டமைப்பு, பயனாளர்களுக்கான சேவை/வழங்கீடு முனையங்கள், கூடுதல் நீர் அல்லது கழிவு நீர் வெளியேற்றம் ஆகியவை பற்றிய விவரங்களைக்கொண்டதாக தண்ணீர்த் தணிக்கை இருக்கும். நீர் ஓட்டத்தின் அளவைக் கணக்கிடும் கருவிகள் இருக்கும் முக்கியமான இடங்கள், குழாய்களின் பரும அளவுகள் அவற்றின் கணக்கிடும் திறன்கள் ஆகியவற்றையும் இது உள்ளடக்கியதாக இருக்கும். தற்போதைய நீர் செலவினம் பற்றியும், எதிர்காலத்தேவை பற்றியும் புரிந்துகொள்வதற்கு நீர் ஆதாரங்களின் இருப்பு, பல்வேறு பிரிவுகளிலும் உள்ள நுகர்வுவகைகள் ஆகியவை பற்றித் தெரிந்துகொள்வது அவசியம். நீடித்துவரக்கூடிய நீர் ஆதாரத்தை மழை நீர் சேமிப்பு, கழிவுநீர் மறுசுழற்சி மூலம் மேம்படுத்துவது தொடர்பான தரவுகளும் கணக்கில் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

செயல்முறை பற்றிய ஆய்வு

மூல நீராதாரத்தில் ஏற்படும் இழப்பு, சுத்திகரிப்பதற்காக நீரை எடுத்துச்செல்லும்போது ஏற்படும் இழப்பு, அங்கிருந்து நீரை சேமித்து வைக்கும் பகுதிக்குக் கொண்டு செல்லும்போது ஏற்படும் இழப்பு, சுத்திகரிக்கப்பட்ட நீரைப் பங்கீடு செய்யும்போது ஏற்படும் நீரிழப்பு, நீரைப்பயன்படுத்துவோர் ஏற்படுத்தும் இழப்பு போன்ற பல நிலைகளில் ஏற்படும் இழப்புகளையும் கணக்கிட நீர்அளவைக் கணக்கிடும் கருவிகள் திறம்வாய்ந்த அனைத்து இடங்களிலும் அமைக்கப்படவேண்டும். எதிர்கால விரிவாக்கம், புதுப்பிப்பு, நவீனமயம் ஆகியவற்றிற்கு இத்தகைய ஆய்வுகள் பயன்படும்.

நீரின் தரம்

நீர் வழங்கலில் நீரின் தரம் தொடர்ச்சியாக சீரான இடைவெளிகளில் கண்காணிக்கப்பட்டு வரவேண்டும். இதன் மூலம் நீர் வழங்கப்படும் அளவு, நீரில் கலந்துள்ள மாசுக்களின் தன்மை ஆகியவற்றைக் கண்டறியமுடியும். சுத்திகரிப்பு மையங்களை வடிவமைக்கவும், மேம்படுத்தவும் இயலும்.

நீர் அமைப்புமுறைகள் பற்றிய ஆய்வு

தற்போதைய நீர்ப்பயன்பாட்டையும், நீர்ப்பாசனம், தொழில்கள், வணிகம், நீர்மின்சாரம், வீடுகளுக்கு நீர்வழங்கல், அனல்மின்சாரம் போன்ற அமைப்பு முறைகள் அவற்றின் செயல்திறன், பராமரிப்புத் தேவைகள் ஆகியவற்றிற்காகவும் ஆய்வுகள் செய்யப்படவேண்டும். மாற்றங்கள் செய்வது, மேம்படுத்துவது ஆகிய செயல்களுக்கு தற்போது நடைமுறையில் இருக்கும் முறைகள் பற்றிய அடிப்படைத்தகவல்கள் தேவை. மண்டலங்கள், மாவட்டங்கள் போன்றவற்றிற்கான நீர் ஆதாரங்களில் பெரிய அளவிலான கணக்கீடுகள் அவசியம் செய்யப்படவேண்டும். நுகர்வோருக்கான வருவாய் கணக்கீடுகளும் தேவை. தேவையின்றி நீர் வீணாவதைக் கண்டறிய இது உதவும்.

நீர் வெளியேற்றப் பகுப்பாய்வு

வீடுகளில் உருவாகும் கழிவுநீர், நீர்ப்பாசனத்தில் இருந்து திரும்பக் கிடைக்கும் நீர், தொழிலகங்களில் இருந்து வெளியேறும் கழிவுகள் போன்றவை ஆய்வு செய்யப்படவேண்டும். சுற்றுச்சூழல் தர நிர்ணயத்தைக் கடைபிடிக்கவும், நீரில் கரைந்து வெளியேறும் மதிப்புமிக்க துணை உற்பத்திப்பொருள்களை மீட்கவும், கழிவுநீரை மறுசுழற்சி செய்வதற்கும் இந்த ஆய்வுகள் தேவையாகின்றன.

நீர் தணிக்கை அறிக்கை

நீர் தணிக்கை முறையை மேற்கொள்வதற்கு முன்பாக போதுமான திட்டமிடலும், நிலையான நடைமுறைகளைக் கைக்கொள்வதும் அவசியம். ஒரு குறிப்பிட்ட செயலுக்காக ஒதுக்கப்பட்ட நீரின் அளவு, அந்த சேவையின் போது உண்மையில் செலவிடப்பட்ட நீரின் அளவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் நீர்த்தணிக்கையை முடிப்பதற்கு இயலும். நீர் இழப்பு, நீர் வழங்குமுறையின் திறன் ஆகியவற்றை அளவிட்டபின்பு நீர் இழப்பைத்தடுப்பதற்கு தேவையான செயல் திட்டங்கள் பட்டியலிடப்படும்.

நாட்டின் மொத்த நீர்ச்செலவில் 83 விழுக்காட்டை நீர்ப்பாசனம் எடுத்துக்கொள்கிறது. நீர் சேமிப்பிற்கான உந்துதல் தரப்படவேண்டிய முக்கியமான பகுதி நீர்ப்பாசனம். 'ஒவ்வொரு துளி நீருக்கும் அதிகமான பயிரிடல்' என்ற முறையை அமலாக்க வேண்டியதன் தேவையை மத்திய அரசு வலியுறுத்திவருகிறது.

நீர்ப்பாசனத்தின் நீர்ப்பயன்பாட்டுத்திறனில் ஏற்படக்கூடிய சிறிதளவு மேம்பாடும் கூட கணிசமான அளவில் நீரை சேமிப்பதற்கும், நீர்ப்பாசனம் இல்லாத பகுதிகளுக்கு அதனைப் பயன்படுத்திக்கொள்ளவும் துணைசெய்யும். நீர்ப்பாசனத்தில் மட்டுமின்றி பிற பிரிவுகளிலும் கூட இயற்கையின் மதிப்புமிக்கக் கொடையான நீரை சேமிப்பது காலத்தின் கட்டாயமாக இருக்கிறது.

சந்தாதாரர் ஆவதற்கான மாதிரிப்படிவம்
(புதிய சந்தாதாரர்/சந்தா புதுப்பிப்பு/முகவரி மாற்றம்)

நான் சந்தா செலுத்த விரும்புகிறேன்:

திட்டம்/ Yojana/ Kurushetra/ Ajkal இதழ்கள் ஒவ்வொன்றிற்கும்: ஓராண்டுக்கு: ரூ.230/- இரண்டு ஆண்டுகளுக்கு: ரூ.430/- மூன்று ஆண்டுகளுக்கு: ரூ.610/-

Balbharathi இதழுக்கு சந்தா: ஓராண்டுக்கு: ரூ.160/- இரண்டு ஆண்டுகளுக்கு: ரூ.300/- மூன்று ஆண்டுகளுக்கு: ரூ.420/-

நீங்கள் சந்தா செலுத்த விரும்பும் இதழின் பெயரையும், சந்தா செலுத்தும் காலஅளவையும் குறிப்பிடவும்:

DEMAND DRAFT/POSTAL ORDER/MONEY ORDER NO. ________________________________

DATE: ___________

சந்தாதாரரின் பெயர்: ________________________________

முகவரி: ____

____

____

அஞ்சல் குறியீட்டு எண்: ___________

சந்தாதாரர் வகை: ஆசிரியர்/மாணவர்/நிறுவனம்/மற்ற வகையினர்

சந்தா கட்டணத்தை காசோலையாக (DEMAND DRAFT) செலுத்துவோர், ADG (I/C), PUBLICATIONS DIVISION, MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING, GOVERNMENT OF INDIA என்ற பெயரில் புதுதில்லியில் பணம் பெறத்தக்கதாக காசோலை எடுத்து அனுப்பவேண்டும். மேற்காணும் படிவத்தையும் நிரப்பி காசோலை/அஞ்சல் ஆணை ரசீது/ பணவிடை ரசீது உடன் சேர்த்து

THE BUSINESS MANAGER (JOURNALS)
PUBLICATIONS DIVISION
MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING
ROOM NO.48 – 53
SOOCHNA BHAVAN
CGO COMPLEX
LODHI ROAD
NEW DELHI - 110 003 என்ற முகவரிக்கு அனுப்பிவைக்கவேண்டும்.

முதல் இதழ் சந்தாதரருக்கு வந்துசேர 4 முதல் 6 வாரங்கள் ஆகலாம். சந்தா புதுப்பிப்பு/முகவரி மாற்றம் ஆகியவற்றிற்கு மறவாமல் உங்கள் சந்தா எண்ணைக் குறிப்பிட்டு எழுதவேண்டும்.

இணையதளம் வழியாகவும் சந்தா செலுத்தலாம்;

இணையதள முகவரி: http://publicationsdivision.nic.in/