

## अध्याय - 5

### उपभोक्ता जागरूकता

#### हम पढ़ेंगे



- 19.1 उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता
- 19.2 उपभोक्ता शोषण के प्रकार
- 19.3 उपभोक्ता शोषण के कारण
- 19.4 उपभोक्ता शोषण का निदान
- 19.5 उपभोक्ता आन्दोलन
- 19.6 उपभोक्ता के अधिकार एवं कर्तव्य

उपभोक्ता एवं उत्पादक एक ही सिक्के के दो पहलू होते हैं। एक वस्तुओं का उत्पादन करके उनका विक्रय करता है तो दूसरा उन्हें क्रय करके उनका उपभोग करता है। व्यक्ति उत्पादक हो या न हो पर उपभोक्ता तो प्रत्येक व्यक्ति होता ही है। जब भी कोई व्यक्ति अपनी आवश्यकता की संतुष्टि हेतु अंतिम वस्तुओं एवं सेवाओं को खरीदता है उसी समय उसकी भागीदारी बाजार में हो जाती है। इस प्रकार **एक उपभोक्ता वह व्यक्ति है जो बाजार से वस्तु खरीदता है।**

पूँजीवाद एवं वैश्वीकरण के इस युग में प्रत्येक उत्पादक का प्रमुख उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना होता है। उत्पादक हर सम्भव तरीके से अपने उत्पाद की बिक्री बढ़ाने में लगे हुए हैं। अतः अपने उद्देश्य की पूर्ति करते हुये वे उपभोक्ताओं के पक्ष को भूल जाते हैं और उनका शोषण करते हैं। उदाहरण के लिये - कम वजन तौलना, अधिक कीमत वसूलना, मिलावटी एवं दोषपूर्ण वस्तुएँ बेचना, भ्रमित विज्ञापन देकर उपभोक्ताओं को गुमराह करना आदि। इस प्रकार उपभोक्ता बाजार में ठगा न जा सके इसके लिए उसे जागरूक बनाना आवश्यक है। इस प्रकार **उपभोक्ता जागरूकता से आशय उपभोक्ता को अपने अधिकारों एवं कर्तव्यों के प्रति जागरूक करने से है।**

#### 19.1 उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता

अनेक बार यह देखा गया है कि उपभोक्ता को बाजार में सही वस्तुएँ एवं सेवाएँ प्राप्त नहीं होती हैं। उससे बहुत ही अधिक कीमत ले ली जाती है या मिलावटी या कम गुणवत्ता वाली वस्तुएँ बेच दी जाती हैं। फलतः यह आवश्यक है कि उसे जागरूक किया जाए। उपभोक्ता को जागरूक बनाने की आवश्यकता निम्नलिखित बातों से स्पष्ट हो जाती है -

1. **अधिकतम सन्तोष प्राप्त करना** - प्रत्येक व्यक्ति की आय सीमित होती है। वह अपनी आय से अधिक वस्तुएँ एवं सेवाएँ खरीदना चाहता है। इससे ही उसे पूर्ण सन्तुष्टि प्राप्त होती है। अतः यह आवश्यक है कि उसे वस्तुएँ सही माप तौल के अनुसार प्राप्त हों और उसके साथ किसी भी प्रकार की धोखाधड़ी न हो। इसके लिए उसे जागरूक बनाना आवश्यक है।

2. **उत्पादकों के शोषण से बचाव** - उत्पादक एवं विक्रेता उपभोक्ताओं का कई प्रकार से शोषण करते हैं, जैसे - कम तौलना, अधिक कीमत लेना, बिल न देना, मिलावट करना, नकली वस्तु देना आदि। बड़ी-बड़ी कम्पनियाँ भी अपने विज्ञापनों से उपभोक्ताओं को भ्रमित करती हैं। उपभोक्ता जागरूकता ही उन्हें उत्पादकों एवं विक्रेताओं के शोषण से बचाती है।

3. **हानिकारक वस्तुओं के उपयोग पर रोक** - बाजार में अनेक ऐसी वस्तुएँ भी उपलब्ध रहती हैं जो कुछ उपभोक्ताओं को हानि पहुँचाती हैं। उदाहरण के लिए सिगरेट, तम्बाकू, शराब आदि को लिया जा सकता है। उपभोक्ता शिक्षा एवं जागरूकता ऐसी वस्तुओं को न खरीदने की प्रेरणा देती है। इससे उन्हें बहुत लाभ होता है।

4. **बचत की प्रेरणा** - उपभोक्ता जागरूकता व्यक्तियों को फिजूल खर्ची तथा अपव्यय से रोकती है और उसे सही निर्णय लेने की प्रेरणा देती है। ऐसे उपभोक्ता सेल, छूट, मुक्त उपहार, आकर्षक पैकिंग आदि के

लालच में नहीं फँसते। इससे वे अपनी आय का सही उपयोग करने एवं अधिक बचत करने में सफल रहते हैं।

**5. समस्याओं के समाधान की जानकारी** - अशिक्षा, अज्ञानता एवं जानकारी के अभाव में उपभोक्ता वर्ग धोखा खा जाता है। अतः आवश्यक है कि उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों की जानकारी दी जावे जिससे वे उत्पादकों एवं विक्रेताओं द्वारा ठगे न जाए। उपभोक्ता जागृति के द्वारा उन्हें कानूनी प्रक्रिया से भी अवगत कराया जाता है जिससे वे अपनी समस्याओं को हल कर सकें।

**6. स्वस्थ समाज का निर्माण** - समाज का प्रत्येक व्यक्ति उपभोक्ता होता है। अतः यदि उपभोक्ता जागरूक एवं विवेकशील है, तब सम्पूर्ण समाज भी स्वस्थ और अपने अधिकारों के प्रति सचेत हो जाता है। ऐसी स्थिति में उत्पादकों और विक्रेताओं द्वारा उपभोक्ताओं को ठगना या धोखा देना सम्भव नहीं होता है।

## 19.2 उपभोक्ता शोषण के प्रकार

अर्थव्यवस्था में व्यापारिक कार्यकलापों के विस्तार एवं अनेक प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं की उपलब्धता के कारण आज उपभोक्ता को सही वस्तु के चयन में कठिनाई होती है। उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिये कंपनियाँ आकर्षक विज्ञापन एवं जानकारी भी देती हैं किंतु कई बार जानकारी पूरी एवं उचित नहीं होती। अतः उपभोक्ता ठगे जाते हैं और उनका शोषण होता है। सामान्यतः उपभोक्ताओं का शोषण निम्नलिखित प्रकार से किया जाता है -

● **ऊँची कीमतें** - प्रायः दुकानदार निर्धारित फुटकर कीमत से अधिक मनमानी कीमत ले लेते हैं। आपने भी अनुभव किया होगा कि हम एक दुकान से महँगी वस्तु खरीद लेते हैं और वही वस्तु दूसरी किसी दुकान में कम दाम में मिल जाती है। यदि हम छपी कीमत दिखाते हैं तो वह कई कारण बता देता है, जैसे-स्थानीय कर आदि।

● **घटिया गुणवत्ता** - कई बार हमारे द्वारा खरीदा गया सामान घटिया किस्म का होता है, जैसे- कई दवाईयों की अंतिम तिथि (Expired date) निकल चुकी होती है। कई बार बिजली के उपकरण या तो स्वयं जल जाते हैं अथवा उपभोक्ता को करंट से जला देते हैं। इस प्रकार खरीददार उपभोक्ता ठगा जाता है और उसका शोषण होता है।

● **मिलावट एवं अशुद्धता** - मिलावट का अर्थ है वस्तु में कुछ सस्ती वस्तु का मिला देना। इससे कई बार उपभोक्ता के स्वास्थ्य को हानि होती है। चावल में सफेद कंकड़, मसालों में रंग, तुअर दाल में खेसरी दाल तथा अन्य महँगे खाद्य पदार्थ, जैसे- घी, तेल आदि में हानिकारक वस्तुओं की मिलावट आदि अधिक लाभ कमाने के उद्देश्य से की जाती है। कई बार तो लोग मिलावटी खाद्य पदार्थों के उपभोग करने से हाथ-पैर से लाचार भी हो जाते हैं।

● **गलत एवं अधूरी जानकारी** - उत्पादक एवं विक्रेता कई बार ग्राहकों को गलत अथवा अधूरी जानकारी देते हैं। इससे ग्राहक गलत वस्तु खरीदकर फंस जाते हैं और उनका पैसा बेकार चला जाता है। वस्तु की कीमत, गुणवत्ता, अंतिम तिथि, पर्यावरण पर प्रभाव क्रय की शर्तें आदि के विषय में सम्पूर्ण जानकारी नहीं दी जाती है। वस्तु को खरीदने के बाद उपभोक्ता परेशान होता रहता है।

● **कृत्रिम अभाव, काला बाजारी एवं जमाखोरी** - कभी-कभी त्योहार, पर्व आदि के समय व्यापारी नाजायज लाभ कमाने के लिये वस्तुओं की जमाखोरी कर, वस्तु का कृत्रिम अभाव उत्पन्न कर देते हैं और फिर कालाबाजारी के द्वारा अधिक कीमतें वसूलते हैं। कई बार व्यापारी मना कर देते हैं कि फलां वस्तु है ही नहीं। किन्तु, बाद में ग्राहक के बार-बार कहने पर दुगनी कीमत पर वही वस्तु उपलब्ध करा देते हैं। मिट्टी तेल, चीनी आदि इसी प्रकार की वस्तुएँ हैं जिनका विक्रेता अभाव बता कर अधिक कीमत वसूलते हैं।

● **माप तौल में गड़बड़ी** - माप तौल में विक्रेता कई प्रकार से गड़बड़ियाँ करते हैं, जैसे बांट के तले का खोखला करना, उसका वजन वांछित से कम होना, बाट के स्थान पर पत्थर का उपयोग करना, लीटर के पैमाने का तला नीचे से मोटा या ऊपर की ओर उठा हुआ होना, तराजू के पलड़े के नीचे चुंबक लगा देना आदि। इस तरह उपभोक्ता जितना भुगतान करता है उसके बदले में उसे वस्तु उचित मात्रा में प्राप्त नहीं होती है।

● **बिक्री के बाद प्रदान की जाने वाली सेवाओं का असंतोषजनक होना** - जब तक उपभोक्ता वस्तु खरीद नहीं लेता, उसको तरह-तरह से लालच एवं बाद में प्रदान की जाने वाली सेवाओं का आकर्षण दिया जाता है। किंतु बाद में सेवाएँ उचित समय में प्रदान नहीं की जाती हैं तथा उपभोक्ताओं की समस्याओं पर कोई ध्यान नहीं दिया जाता है। परिणामस्वरूप उपभोक्ता परेशान होता रहता है।

● **दुर्व्यवहार एवं अनावश्यक शर्तें** - बैंक, कर्ज देने वाली संस्थाएँ आदि उपभोक्ता को वित्तीय सेवाएँ देती हैं, परन्तु जमाकर्ताओं एवं कर्जदारों के साथ बैंकस्टाफ सहयोग नहीं करता। कई बार इनके साथ दुर्व्यवहार भी किया जाता है। इसी प्रकार गैस कनेक्शन, नई टेलीफोन लाइन, लाईसेंस शुदा सामान आदि प्राप्त करते समय विक्रेता अनावश्यक शर्तें लगाकर उपभोक्ताओं को परेशान करते हैं। उपभोक्ता अपने आप को बेबस एवं फंसा हुआ महसूस करता है।

### 19.3 उपभोक्ता शोषण के कारण

बाजार में उपभोक्ता क्यों ठगा जाता है, क्यों वह शोषण का शिकार हो जाता है, यह एक चिंतनीय प्रश्न है। हम सब उपभोक्ता हैं। हमारा शोषण न हो सके, इसके लिए यह जानना आवश्यक हो जाता है कि शोषण के कारण क्या हैं? इन कारणों की जानकारी के बाद ही हम उनसे बचने का तरीका ढूँढ़ सकते हैं। उपभोक्ता शोषण के प्रमुख कारण निम्नलिखित हैं -

1. **अज्ञानता** - उपभोक्ताओं के शोषण का प्रमुख कारण उनकी अज्ञानता है। कई उपभोक्ताओं को वस्तु की कीमत, गुणवत्ता, उससे संबंधित सेवा आदि के विषय में जानकारी ही नहीं होती है और वे विक्रेता की बताई बातों पर विश्वास कर वस्तु खरीदकर फंस जाते हैं और शोषित होते हैं।

2. **सीमित जानकारी** - वैश्वीकरण के इस युग में बाजार अनेक प्रकार के उत्पादों से भरा पड़ा है। उत्पादक उत्पादन करने हेतु स्वतंत्र हैं। गुणवत्ता एवं मूल्य निर्धारण के कोई निश्चित नियम नहीं हैं। वस्तु के अनेक पहलुओं जैसे - मूल्य, गुण, संरचना, प्रयोग की शर्तें, क्रय के नियम आदि की उपयुक्त एवं पूर्ण जानकारी का अभाव होता है। अतः उपभोक्ता गलत चुनाव करके अपना आर्थिक नुकसान कर बैठते हैं।

3. **एकाधिकार** - एकाधिकार का अर्थ है कि किसी वस्तु के उत्पादन एवं वितरण पर किसी एक उत्पादक अथवा एक उत्पादक समूह का अधिकार होना। एकाधिकार की स्थिति में उत्पादक कीमतों एवं वस्तु की गुणवत्ता तथा उपलब्धता के संबंध में मनमानी करते हैं। फलतः वे उपभोक्ताओं का शोषण करने में सफल हो जाते हैं।

4. **बाजार के प्रति उपभोक्ताओं की उदासीनता** - उपभोक्ताओं की एक बड़ी संख्या ऐसी भी है जो खरीददारी के प्रति उदासीनता बरतते हैं, जैसे- क्या करना है, सब ठीक है, रसीद लेकर क्या करना है, दुकानदार ने जो दिया है वह अच्छा ही होगा, चीजें सस्ती सुंदर टिकाऊ होना चाहिये, आई.एस.आई और एगमार्क जैसे चिन्ह की क्या आवश्यकता है, आदि कुछ ऐसी बातें हैं जो बहुत से उपभोक्ता सोचते हैं। उनकी इस उदासीनता का पूरा फायदा विक्रेता उठाते हैं और उपभोक्ताओं का शोषण करने में सफल हो जाते हैं।

5. **टेली मार्केटिंग** - आज कम्प्यूटर के युग में टेली-मार्केटिंग का चलन हो गया है। टी.वी. पर आपने भी विज्ञापन देखे होंगे। वस्तु के संबंध में जानकारी देकर कीमत भी बता दी जाती है। उपभोक्ता पैसे भेजकर पार्सल से वस्तु प्राप्त करता है। परंतु बहुत बार इस सौदे से उपभोक्ता स्वयं को ठगा महसूस करता है। महँगे-

महँगे उत्पाद वो झाँसे में आकर मंगा लेता है परंतु उसका उसे वांछित लाभ प्राप्त नहीं होता है।

**6. आकर्षक एवं भ्रामक विज्ञापन** - टी.वी. रेडियो, पत्र-पत्रिकाओं एवं समाचार पत्रों में बहुत ही आकर्षक विज्ञापन उपभोक्ता पढ़ते एवं देखते हैं। उदाहरणार्थ-15 दिन में रंग गोरा कर देना, चेहरे से झुर्रियाँ गायब करना, लंबे-काले बाल होना आदि के विज्ञापन इसी प्रकार के होते हैं। विज्ञापन इतने अधिक आकर्षक होते हैं कि लोग झाँसे में आकर इसे खरीदते हैं और मूर्ख बन जाते हैं।

**7. अशिक्षा एवं संतोष की भावना** - जब उपभोक्ता अशिक्षित होते हैं तो उन्हें विक्रेता बहुत सरलता से ठग लेते हैं। मार्क से मिलते जुलते शब्दों को ब्रांडेड बताकर दुकानदार हल्की वस्तुओं को बेच देते हैं, जैसे गोदरेज के स्थान पर गोदराज लिखा हो तो स्थानीय उत्पादक उसको गोदरेज की कीमत पर बेच देते हैं। उपभोक्ता भी कई बार संतोषी होते हैं कि हो गया नुकसान तो हो गया या भाग्य में यही था अब कौन लड़ने झगड़ने जाय। इस सोच से भी उपभोक्ता शोषण का शिकार बनते हैं। विक्रेता भी उनकी इस मनोवृत्ति को जानते हैं और धड़ल्ले से शोषण करते हैं।

#### 19.4 उपभोक्ता शोषण का निदान

एक उपभोक्ता के रूप में शोषण से बचने के प्रमुख उपाय निम्नलिखित हैं -

► **उपभोक्ता शिक्षा** - शोषण से निदान का सबसे महत्वपूर्ण उपाय उपभोक्ता शिक्षा एवं जागरूकता है। सरकार ने उपभोक्ताओं के संरक्षण के अनेक कानून बनाएँ हैं। किन्तु, यह देखा गया है कि जन-सामान्य को इनकी जानकारी नहीं है। अतः उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों की समुचित शिक्षा दी जानी चाहिए।

► **मानकीकृत वस्तुओं का क्रय** - बाजार में अनेक प्रकार की वस्तुएँ उपलब्ध रहती हैं। किन्तु शोषण से बचने के लिए उपभोक्ताओं को हमेशा मानकीकृत वस्तुएँ ही खरीदना चाहिए। **आई.एस.आई., एगमार्क एवं हॉलमार्क** वाले चिन्हों की वस्तुएँ मानकीकृत होती हैं।

► **कैश मेमो या रसीद प्राप्त करना** - किसी वस्तु को खरीदने के साथ ही उसका कैश मेमो लेना बहुत आवश्यक है। इससे वस्तु के खराब निकलने या घटिया होने अथवा निर्धारित समय के पूर्व ही खराब हो जाने की स्थिति में कानूनी कार्यवाही की जा सकती है।

► **विज्ञापनों के बहकावे में न आना** - बड़ी-बड़ी कम्पनियाँ अपने उत्पादों का दूरदर्शन एवं अन्य माध्यमों से आकर्षक विज्ञापन करते हैं। विज्ञापनों को इस प्रकार से दिखाया जाता है कि उपभोक्ता पर मनोवैज्ञानिक प्रभाव पड़ता है और वे वस्तु खरीदने के लिए तत्पर हो जाते हैं। किन्तु, वास्तविकता यह है कि उपभोक्ताओं को विज्ञापनों से सावधान रहना चाहिए। वस्तु को खरीदने से पूर्व उसकी गुणवत्ता, कीमत एवं मात्रा आदि की पूर्ण जाँच कर लेनी चाहिए।

► **सामूहिक रूप से शिकायत करना** - एक अकेला उपभोक्ता, उत्पादक एवं विक्रेता के विरुद्ध कुछ नहीं कर सकता। किन्तु यदि सामूहिक रूप से शिकायत की जाए तो वह अधिक प्रभावी होती है।

► **खराब होने की तिथि की जाँच** - जब हम कोई दवा खरीदते हैं तो खराब होने की अन्तिम तिथि जरूर देख लेना चाहिए। इस तिथि के बाद वह दवा प्रभावी नहीं रहती और उसके बुरे प्रभाव भी सम्भावित होते हैं। यही स्थिति डिब्बा बन्द खाद्य पदार्थों की है। अतः वस्तु के खरीदने के पूर्व खराब होने की तिथि देख लेना आवश्यक है।

#### 19.5 उपभोक्ता आन्दोलन

उपभोक्ता आन्दोलन का प्रारम्भ उपभोक्ताओं के असन्तोष के कारण हुआ है। उपभोक्ताओं में असन्तोष के अनेक कारण थे, जैसे - खाद्य पदार्थों की कमी, जमाखोरी, कालाबाजारी, मिलावट आदि। इन समस्याओं से निपटने के लिए सबसे पहले सन् 1955 में 'आवश्यक वस्तु अधिनियम' पारित किया गया। इस अधिनियम के द्वारा

आवश्यक वस्तुओं के उत्पादन, वितरण, मूल्य एवं आपूर्ति को नियंत्रित करने का प्रयास किया गया। इसके बाद वस्तुओं की नाप-तौल को व्यवस्थित करने के लिए सन् 1976 में बाट एवं माप मानक अधिनियम पारित किया गया।

तदुपरान्त सन् 1986 में भारत सरकार द्वारा 'उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम' पारित किया गया। यह अधिनियम कोपरा (COPRA) के नाम से प्रसिद्ध है। इस कानून का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की शिकायतों को तुरन्त निपटाने तथा कानूनी प्रक्रिया को सरल बनाना है। कोपरा के अन्तर्गत उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए जिला, राज्य एवं राष्ट्रीय स्तरों पर एक त्रिस्तरीय न्यायिक तंत्र स्थापित किया गया है। जिला स्तर का न्यायालय 20 लाख तक के दावों से सम्बन्धित मुकदमों पर विचार करता है। राज्य स्तरीय अदालतों में 20 लाख से एक करोड़ तक के मामलों की सुनवाई की जाती है। राष्ट्रीय स्तर की अदालतें एक करोड़ से ऊपर की दावेदारी से सम्बन्धित मुकदमों को देखती हैं।

उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम ने भारत में उपभोक्ता आन्दोलन को व्यापक बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। ये अदालतें उपभोक्ताओं के विवादों को निपटाने के साथ-साथ उनका मार्गदर्शन भी करती हैं। भारत सरकार के 'उपभोक्ता मामलों के विभाग' ने भी उपभोक्ता को जागरूक बनाने के लिए अनेक योजनाएँ चलाई हैं, जैसे देश के प्रत्येक जिले में उपभोक्ता संगठन एवं स्कूलों में उपभोक्ता क्लबों की स्थापना करना। उपभोक्ता अधिकारों के प्रति जागरूकता लाने के लिए विभिन्न स्तरों पर जागृति शिवरों का भी आयोजन किया जाता है। **24 दिसंबर को भारत में राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रूप में मनाया जाता है।**

भारत में उपभोक्ता आन्दोलन के परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं में अपने अधिकारों के प्रति काफी चेतना आई है। आज देश में 700 से अधिक उपभोक्ता संगठन कार्यरत हैं। किन्तु, उपभोक्ताओं की उदासीनता के कारण प्रभावी एवं मान्यता प्राप्त संगठनों की संख्या बहुत कम है।

### 19.6 उपभोक्ता के अधिकार एवं कर्तव्य

उपभोक्ताओं को बाजार से अच्छी वस्तु एवं सेवाएँ क्रय करने का अधिकार है। विक्रेता या उत्पादक उसे किसी भी प्रकार से धोखा न दे सके, इसके लिए उसे कानून द्वारा संरक्षण दिया गया है। सामान्यतः उपभोक्ता को निम्नलिखित अधिकार प्राप्त हैं -

**1. सुरक्षा का अधिकार** - उत्पादकों के लिए यह आवश्यक है कि वे उपभोक्ताओं की सुरक्षा से सम्बन्धित नियमों का पालन करें। कारण यह है कि यदि उत्पादक इन नियमों का पालन नहीं करते हैं तो उपभोक्ता को भारी जोखिम उठाना पड़ सकती है। उदाहरण के लिए, प्रेशर कुकर में एक सेफ्टी वाल्व होता है, जो यदि खराब हो तो भयंकर दुर्घटना सम्भव हो सकती है। सेफ्टी वाल्व के निर्माता को इसकी उच्च गुणवत्ता सुनिश्चित करनी चाहिए। यदि निर्माता ऐसा नहीं करते हैं तो उपभोक्ता कानून का सहारा ले सकते हैं।

**2. वस्तुओं और सेवाओं की जानकारी का अधिकार** - जब हम कोई वस्तु खरीदते हैं तब यह पाते हैं कि उसके पैकेट पर कुछ खास जानकारियाँ लिखी हुई होती हैं। जैसे - उस वस्तु की बैच संख्या, निर्माण की तारीख, खराब होने की अन्तिम तिथि और वस्तु बनाने का पता आदि। जब हम कोई दवा खरीदते हैं तो उस दवा के अन्य प्रभावों और खतरों से सम्बन्धित निर्देश भी प्राप्त कर सकते हैं। जब हम कपड़े खरीदते हैं, तब हमें धुलाई से सम्बन्धी निर्देश भी प्राप्त करने चाहिए। इन जानकारियों को देने की आवश्यकता इसलिए है कि उपभोक्ता जिन वस्तुओं और सेवाओं को खरीदता है, उसके बारे में सूचना पाने का अधिकार है।

भारत सरकार ने वर्ष 2005 को सूचना प्राप्त करने का अधिकार (राइट टू इनफॉर्मेशन) के नाम से जाने जाना वाला कानून बनाया है। यह कानून सरकारी विभागों के कार्य-कलापों की सभी सूचनाएँ पाने के अधिकार को सुनिश्चित करता है। उपभोक्ताओं को उपभोक्ता शिक्षा प्राप्त करने का भी अधिकार है।



**3. चयन का अधिकार** - जब कोई उपभोक्ता किसी वस्तु या सेवा को खरीदता है तो उसे चुनने का अधिकार होता है। मान लीजिए कि आप गैस कनेक्शन खरीदते हैं और गैस डीलर आपको साथ में चूल्हा भी खरीदने के लिए दबाव डालता है। किन्तु आप केवल गैस कनेक्शन खरीदना चाहते हैं और चूल्हे की आपको आवश्यकता नहीं है। इस स्थिति में आपके चुनने के अधिकार का उल्लंघन होता है। कारण यह है कि जो चीज आप खरीदना नहीं चाहते, उसे खरीदने के लिए विक्रेता आपको विवश करता है। ऐसी स्थिति में आप विक्रेता के विरुद्ध कानूनी कार्यवाही कर सकते हैं।

**4. क्षतिपूर्ति का अधिकार** - उपभोक्ता को अनुचित सौदेबाजी और शोषण के विरुद्ध क्षतिपूर्ति निवारण का अधिकार है। इसे एक उदाहरण के द्वारा सरलता से समझा जा सकता है। एक व्यक्ति केरल के एक निजी चिकित्सालय में टॉन्सिल निकलवाने के लिए भर्ती हुआ। एक ई.एन.टी. सर्जन ने सामान्य बेहोशी की दवा देकर टॉन्सिल निकालने के लिए आपरेशन किया। अनुचित बेहोशी के कारण व्यक्ति में दिमागी असामान्यता के लक्षण आ गए, जिसके कारण वह जीवन भर के लिए अपंग हो गया। उपभोक्ता विवाद निवारण समिति ने अस्पताल को चिकित्सा में लापरवाही का दोषी पाया और क्षतिपूर्ति देने का निर्देश दिया। इस प्रकार स्पष्ट है कि यदि एक उपभोक्ता को कोई क्षति पहुँचाई जाती है, तो उसे क्षति की मात्रा के आधार पर क्षतिपूर्ति पाने का अधिकार होता है।

### उपभोक्ता के कर्तव्य

शासन के प्रयासों के अतिरिक्त, उपभोक्ता को स्वयं भी कुछ कर्तव्यों एवं उत्तरदायित्वों का पालन करना चाहिए। इस प्रकार दो तरफा प्रयासों से ही उपभोक्ता शोषण से बच सकते हैं। उपभोक्ताओं के निम्नलिखित कर्तव्य हैं-

1. बिल, रसीद, गारंटी कार्ड आदि लेना एवं उन्हें सम्भाल कर रखना।
2. वस्तु की पूर्ति के अनुसार ही उपभोग में वृद्धि या कमी करना।
3. उपभोक्ता संरक्षक नियमों की जानकारी रखना।
4. कालाबाजारी एवं तस्करी को हतोत्साहित करना।
5. वास्तविक समस्या की शिकायत अवश्य करना चाहिये चाहे वस्तु कितने ही कम मूल्य की क्यों न हो। इससे विक्रेताओं के ठगने की प्रवृत्ति हतोत्साहित होती है।
6. **आई.एस.आई., एफ.पी.ओ., एगमार्क** एवं **वूलमार्क** जैसे चिन्हों को देखकर वस्तुएँ खरीदना।

भारत सरकार ने कुछ ऐसी संस्थाओं का गठन किया है जो वस्तुओं की गुणवत्ता को प्रमाणित करती हैं। कृषि उत्पादों के लिए एगमार्क एवं औद्योगिक तथा उपभोक्ता वस्तुओं के लिए आई.एस.आई. चिन्ह दिया गया है। इसी प्रकार ऊन एवं ऊनी वस्त्रों की गुणवत्ता के लिए वूलमार्क एवं स्वर्ण आभूषणों के लिए हॉलमार्क के द्वारा प्रमाणित किया जाता है। धोखाधड़ी से बचने के लिए उपभोक्ताओं को इन चिन्हों वाली वस्तुएँ ही खरीदना चाहिए।

उपभोक्ताओं को शोषण से बचाने के लिए जो प्रयास किए जा रहे हैं, उन्हें और बढ़ाने की आवश्यकता है। ग्रामीण एवं अर्ध-शहरी क्षेत्रों में उपभोक्ता जागरूकता अभी भी यह एक जटिल समस्या बनी हुई है। इन क्षेत्रों में बाजारों के कार्य करने के नियमों एवं कानूनों का पूर्णरूप से पालन नहीं होता। अधिकांश विक्रेता वस्तुओं की खरीदी के समय रसीद नहीं देते। ऐसी स्थिति में शोषण के विरुद्ध प्रमाण जुटाना कठिन हो जाता है।

इसके साथ ही देश में उपभोक्ताओं के शोषण के निवारण की प्रक्रिया भी जटिल है। यह व्यवस्था खर्चीली होने के साथ-साथ बहुत धीमी गति से चलती है। कई बार तो उपभोक्ताओं को वकीलों का सहारा लेना पड़ता है। ये मुकदमें अदालती कार्यवाही में शामिल होने और आगे बढ़ने में काफी समय लेते हैं। अतः कानूनी प्रक्रिया को सरल एवं व्यावहारिक बनाने की दिशा में सोचा जाना चाहिए।

भारत जैसे विकासशील देश में उपभोक्ताओं को शोषण से बचाने में सरकार के साथ-साथ स्वयंसेवी संगठनों का भी महत्वपूर्ण स्थान है। उपभोक्ताओं को जागरूक बनाने कि दिशा में ये संस्थाएँ महत्वपूर्ण कार्य कर सकती हैं। इसके साथ ही यह भी आवश्यक है कि उपभोक्ता स्वयं अपने अधिकारों को समझे और उपभोक्ता आन्दोलन में अपना सक्रिय योगदान देने के लिए आगे आए।



- उपभोक्ता जागरूकता -** उपभोक्ता जागरूकता से आशय उपभोक्ता का अपने अधिकारों एवं कर्तव्यों के प्रति जागरूक होना।
- एकाधिकार** - जब किसी वस्तु का उत्पादन या विक्रय केवल किसी एक व्यक्ति या एक संस्था द्वारा किया जाता है।
- एगमार्क** - कृषि उत्पादों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।
- आई.एस.आई. मार्क** - औद्योगिक एवं उपभोक्ता वस्तुओं की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।
- वूल मार्क** - ऊन या ऊनी वस्त्रों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।
- हॉल मार्क** - स्वर्ण आभूषणों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने वाला चिह्न।
- मानवीकृत वस्तुएँ** - ऐसी वस्तुएँ जो श्रेष्ठ गुणवत्ता के लिए सरकार द्वारा गठित संस्थाओं द्वारा प्रमाणित हों।
- टेली मार्केटिंग** - दूरसंचार तकनीकी के माध्यम से वस्तुओं एवं सेवाओं का क्रय-विक्रय करना।
- ब्रांडेड वस्तुएँ** - ऐसी कंपनियाँ या उत्पादक जिनके उत्पादों को प्रायः गुणवत्तापूर्ण माना जाता है।
- कोपरा (COPRA)** - उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम, 1986 को कोपरा के नाम से भी जाना जाता है। इस अधिनियम के अन्तर्गत उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तरों पर एक त्रिस्तरीय न्यायिक तंत्र स्थापित किया गया है।

### अभ्यास

#### सही विकल्प चुनिए

- उपभोक्ता संरक्षण नियम लागू किया गया -
 

(i) 1986	(iii) 1996
(ii) 1968	(iv) उपरोक्त में से कोई नहीं
- उपभोक्ता जागरूकता का अर्थ है -
 

(i) अपने अधिकारों के प्रति सतर्कता	(ii) अपने कर्तव्यों के प्रति सतर्कता
(iii) अपने अधिकारों एवं कर्तव्यों दोनों के प्रति सतर्कता	(iv) उपरोक्त में से कोई नहीं
- उपभोक्ता जागरूकता आवश्यक है -
 

(i) शोषण से बचाव के लिये	(ii) उच्च जीवन स्तर के लिये
(iii) हानिकारक उपभोग रोकने के लिये	(iv) उपरोक्त सभी
- उत्पादक वस्तु की गुणवत्ता एवं कीमत के संबंध में मनमानी कर सकते हैं -
 

(i) प्रतियोगी बाजार में	(ii) एकाधिकार में
(iii) कृषि उत्पादों में	(iv) कोई नहीं
- एगमार्क सुरक्षा चिह्न है -

- (i) आभूषणों के लिए  
(iii) ऊनी वस्त्रों के लिए

- (ii) कृषि उत्पादों के लिए  
(iv) बिजली के उपकरणों के लिए

### रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए

1. आई.एस.आई ..... स्तर का मानक है।
2. बिजली के उपकरणों पर ..... का चिह्न रहता है।
3. मिलावटी खाद्य पदार्थ के विरुद्ध उपभोक्ताओं को ..... अधिकार प्राप्त है।
4. वस्तु की पूर्ति होते हुये उसका अभाव बताना ..... कहलाता है।
5. एगमार्क ..... संबंधी उत्पादों पर लगाया जाता है।

### सही जोड़ी बनाइये

- |                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. मानकीकरण                 | औद्योगिक वस्तुएँ     |
| 2. आई.एस.आई.                | त्रिस्तरीय व्यवस्था  |
| 3. उपभोक्ता शोषण            | भारतीय मानक संस्थान  |
| 4. उपभोक्ता जागरूकता        | कालाबाजारी           |
| 5. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम | जीवन स्तर में वृद्धि |

### अतिलघुत्तरीय प्रश्न

1. वस्तु या सेवा के खरीददार को क्या कहते हैं?
2. उपभोक्ता शोषण से क्या आशय है?
3. उपभोक्ता शोषण के दो प्रकार बताइये।
4. सिनेमा की टिकिट को उसकी निर्धारित कीमत से अधिक कीमत पर बेचना क्या कहलाता है?
5. वस्तु के संबंध में सीमित जानकारी प्राप्त होने का क्या परिणाम होता है।
6. एकाधिकार क्या है?
7. राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस कब मनाया जाता है?

### लघु उत्तरीय प्रश्न

1. उपभोक्ता जागरूकता का आशय उदाहरणों के द्वारा स्पष्ट कीजिए।
2. उपभोक्ता जागरूकता अराजकता तथा हानिकारक उपभोग पर रोक लगाने में किस प्रकार सहायक है?
3. आई.एस.आई. क्या है?
4. उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम क्या है, लिखिए।

### दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. उपभोक्ता जागरूकता की आवश्यकता एवं महत्व बताइए।
2. उत्पादक एवं व्यापारी उपभोक्ताओं का शोषण किस प्रकार करते हैं? व्याख्या कीजिए।
3. उपभोक्ता का शोषण क्यों होता है? कारणों की व्याख्या कीजिए।
4. वस्तुओं के मानकीकरण का क्या अर्थ है? विभिन्न उत्पादों के मानकीकरण बताइए।
5. एक उपभोक्ता होने के नाते आप बाजार में ठगे न जायँ इस हेतु क्या उपाय अपनाएँगे साथ ही संरक्षण हेतु कानूनी उपायों की भी चर्चा कीजिये।
6. उपभोक्ताओं के अधिकार कौन-कौन से हैं एवं उन्हें ये अधिकार क्यों दिये गए हैं? व्याख्या कीजिए।
7. भारत में उपभोक्ता आन्दोलन की विवेचना कीजिए।



## अध्याय - 21

### वैश्वीकरण

#### हम पढ़ेंगे



- 21.1 वैश्वीकरण से आशय
- 21.2 वैश्वीकरण को प्रोत्साहित करने वाले तत्व
- 21.3 वर्ष 1991 से पूर्व भारत का विकास
- 21.4 वैश्वीकरण एवं भारत (वर्ष 1991 के बाद भारत का विकास)
- 21.5 वैश्वीकरण से उत्पन्न समस्याएँ

आज के विश्व में एक उपभोक्ता के समक्ष वस्तुओं एवं सेवाओं के अनेक विकल्प उपस्थित हैं। विश्व के विकसित देशों में उत्पादित कैमरे, मोबाइल फोन और टेलीविजन के नवीनतम मॉडल सस्ते दामों में आज हमारे समक्ष उपलब्ध हैं। भारतीय सड़कों पर कुछ वर्षों पूर्व केवल एम्बेसेडर और फिएट कारें ही दिखाई देती थीं। किन्तु आज विश्व की सभी कम्पनियों द्वारा निर्मित कारें भारत में उपलब्ध हैं। यह स्थिति केवल कारों की ही नहीं है वरन् विभिन्न देशों के कपड़े, फल, डिब्बे बन्द खाद्य पदार्थ जैसी वस्तुएँ भी भारत के बाजारों में उपलब्ध हैं। यहाँ यह तथ्य विशेष उल्लेखनीय है कि वस्तुओं एवं सेवाओं के यह

विकल्प दो दशकों से ही उपलब्ध हैं। इससे पूर्व हमें केवल देश में निर्मित वस्तुएँ ही उपलब्ध थीं।

वास्तविकता यह है कि विदेशी व्यापार ने आज विश्व के देशों को परस्पर जोड़ दिया है। विश्व की अनेक बड़ी कम्पनियाँ, जिन्हें बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ कहा जाता है, अपने उत्पादों की बिक्री अनेक देशों में करती हैं। यहाँ यह उल्लेखनीय है कि एक बहुराष्ट्रीय कम्पनी वह है जो एक से अधिक देशों में उत्पादन करती हैं। ये कम्पनियाँ बड़े पैमाने पर उत्पादन करती हैं और उत्पादित वस्तुओं को अनेक देशों में बेचती हैं।

#### 21.1 वैश्वीकरण से आशय

बढ़ते हुए विदेशी व्यापार के कारण विभिन्न देशों के बाजारों एवं उनमें बेची जाने वाली वस्तुओं में एकीकरण हुआ है। विदेशी व्यापार की बढ़ती हुई प्रवृत्ति ने अब विभिन्न देशों के बाजारों को बहुत निकट ला दिया है। उन्नत प्रौद्योगिकी ने इस निकटता में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है और सम्पूर्ण विश्व को एक बड़े गाँव में बदल दिया है। यही वैश्वीकरण है, जहाँ विभिन्न देशों के बाजार परस्पर जुड़कर एक इकाई के रूप में कार्य करते हैं।

इस प्रकार वैश्वीकरण से आशय सम्पूर्ण विश्व का परस्पर सहयोग एवं समन्वय से एक बाजार के रूप में कार्य करने से है। वैश्वीकरण की प्रक्रिया के अन्तर्गत वस्तुओं एवं सेवाओं के एक देश से दूसरे देश में आने एवं जाने के अवरोधों को समाप्त कर दिया जाता है। इससे सम्पूर्ण विश्व में बाजार शक्तियाँ स्वतंत्र रूप से कार्य करने लगती हैं और परिणामस्वरूप वस्तुओं की कीमतें सभी देशों में लगभग समान हो जाती है। इस प्रकार वैश्वीकरण के परिणामस्वरूप सम्पूर्ण विश्व के बाजारों का एकीकरण हो जाता है।

अतः यह कहा जा सकता है कि वैश्वीकरण एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके अन्तर्गत सभी व्यापारिक क्रियाओं का अन्तर्राष्ट्रीयकरण हो जाता है और वे एक इकाई के रूप में कार्य करने लगती हैं।

#### 21.2 वैश्वीकरण को प्रोत्साहित करने वाले तत्व

1. **तकनीकी ज्ञान का विस्तार** - पिछले 50 वर्षों में तकनीकी ज्ञान का तेजी से विकास हुआ है। परिवहन प्रौद्योगिकी ने अब लम्बी दूरी तक वस्तुओं को कम लागत पर भेजना सम्भव बनाया है। दूर संचार सुविधाओं, जैसे इंटरनेट, मोबाइल फोन, फैक्स आदि ने विश्वभर में एक दूसरे से सम्पर्क करने के कार्य को सरल बना दिया है।

संचार उपग्रहों ने इन सुविधाओं का विस्तार कर क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिया है। फलतः वैश्वीकरण का तेजी से विस्तार हुआ है।

**2. उदारीकरण की प्रक्रिया** - बीसवीं शताब्दी के मध्य तक उत्पादन मुख्यतः देशों की सीमाओं के अन्दर ही सीमित था। अनेक देशों ने अपने द्वारा उत्पादित वस्तुओं को विदेशी प्रतियोगिता से बचाने के लिये अनेक प्रकार के कठोर प्रतिबन्ध लगा दिये थे। भारत ने भी 1950 एवं 1960 के दशकों में केवल अनिवार्य वस्तुओं जैसे मशीनरी, उर्वरक और पेट्रोलियम के आयात की ही अनुमति दी थी। इस नीति से देश में अनेक उद्योगों का विकास हुआ और भारत अनेक क्षेत्रों में आत्मनिर्भर बन गया।

किन्तु 1970 एवं 1990 के दशकों में अनेक ऐसे परिवर्तन हुए जिनसे विदेशी व्यापार को उदार बनाने की प्रक्रिया प्रारम्भ हुई। उदाहरणार्थ - सोवियत संघ का विघटन, यूरोप का आर्थिक एकीकरण, जापान का विश्व की प्रमुख शक्ति के रूप में प्रकट होना और कोरिया, सिंगापुर, हांगकांग जैसे देशों की आर्थिक प्रगति। फलतः विश्व के अनेक देशों में विश्व व्यापार को उदार बनाने पर सहमति हुई। इससे उदारीकरण की प्रक्रिया को बल मिला। सन् 1995 में विश्व व्यापार संगठन की स्थापना के बाद प्रायः विश्व के सभी देशों ने अपने आयात करों में कमी की है और अपने देश के बाजार को अन्य देशों के लिये खोल दिया है।

**3. प्रतियोगिता एवं बाजार का विस्तार** - पूंजीवादी आर्थिक प्रणाली में प्रतियोगिता का विशेष महत्व है। इस प्रणाली में विभिन्न उत्पादक कम्पनियाँ बाजारों पर कब्जा करने के उद्देश्य से प्रतियोगिता का सहारा लेती हैं। इसके लिये ये कम्पनियाँ कीमत कम करने के साथ-साथ विज्ञापनों एवं प्रचार-प्रसार के विभिन्न माध्यमों का उपयोग करती हैं।

पिछले कुछ वर्षों में उपभोक्ताओं की आय में वृद्धि, उपभोक्ता प्रवृत्ति, रुचि एवं आदतों में परिवर्तन आदि से वस्तुओं एवं सेवाओं की मांग में वृद्धि हुई है। प्रौद्योगिकी के विकास से उत्पादनों की किस्म एवं गुणवत्ता में भी सुधार हुआ है। फलतः नई-नई वस्तुओं का उत्पादन सम्भव हुआ है जिससे बाजारों का विस्तार हुआ है।

**4. बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का विस्तार** - दूरस्थ देशों को आपस में जोड़ने में बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का विशेष महत्व है। ये कम्पनियाँ उन देशों में उत्पादन के लिए कारखाने स्थापित करती हैं, जहां उन्हें सस्ता श्रम एवं अन्य साधन मिलते हैं। इससे उत्पादन लागत में कमी आती है तथा कम्पनियों की प्रतियोगिता करने की क्षमता बढ़ जाती है।

बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ केवल वैश्विक स्तर पर ही अपने उत्पादन नहीं बेचतीं वरन अधिक महत्वपूर्ण यह है कि वे वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन विश्व स्तर पर करती हैं। उदाहरण के लिए औद्योगिक उपकरण बनाने वाली एक बड़ी बहुराष्ट्रीय कम्पनी अमेरिका के अनुसंधान केन्द्र में अपने उत्पादों का डिजाइन तैयार करती है। उसके पुर्जे सस्ते श्रम होने के कारण चीन में बनते हैं। फिर इन पुर्जों को लादकर मेक्सिको और पूर्वी यूरोप ले जाया जाता है, जहाँ इन्हें जोड़ा जाता है। इसी बीच, कम्पनी की ग्राहक सेवा का भारत स्थित कॉल सेंटर्स के माध्यम से संचालन होता है।

इस उदाहरण से स्पष्ट है कि चीन एक सस्ता विनिर्माण केन्द्र होने का लाभ प्रदान करता है। मेक्सिको, पूर्वी यूरोप, अमेरिका आदि देश निर्मित वस्तु की बिक्री के कारण लाभप्रद हैं। भारत में कुशल इंजीनियर उपलब्ध हैं जो उत्पादन के तकनीकी पक्षों को समझते हैं। यहां अंग्रेजी बोलने वाले शिक्षित युवक भी हैं, जो ग्राहक देखभाल सेवाएँ उपलब्ध करा सकते हैं। इन सभी बातों से वस्तुओं की उत्पादन लागत में कमी आई है और उत्पादन करने वाली कम्पनियों का लाभ बढ़ गया है। फलतः विश्व में बहुराष्ट्रीय कम्पनियों की संख्या बढ़ गई है और उनके कार्यक्षेत्र का विस्तार हो गया है। अनेक भारतीय कम्पनियों को भी बहुराष्ट्रीय होने का श्रेय प्राप्त हो गया है।

**5. विदेशी व्यापार में विस्तार** - द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद प्रायः सभी देशों के विदेशी व्यापार में वृद्धि हुई है। विश्वबैंक एवं अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष जैसे अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाओं ने भी व्यापार के विस्तार में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। इससे उत्पादकों को अपनी वस्तुओं को घरेलू बाजार के साथ-साथ विश्व बाजार में बेचने का अवसर प्राप्त हुआ है। विदेशी व्यापार के विस्तार से जहाँ उत्पादन की मात्रा में वृद्धि हुई वहीं उत्पादकों को श्रम विभाजन एवं विशिष्टीकरण का लाभ प्राप्त हुआ है। इससे उत्पादन लागत में कमी आई और उत्पादकों को प्रतियोगिता करने का अच्छा अवसर मिला।

वर्ष 1995 में विश्व व्यापार संगठन की स्थापना के बाद तो विश्व व्यापार में तेजी से वृद्धि हुई है। सभी देशों ने संरक्षण की नीति के स्थान पर स्वतंत्र व्यापार से जुड़ी नीतियों को अपनाया है। परिणामस्वरूप वैश्वीकरण की प्रक्रिया में तेजी आई है।

### 21.3 वर्ष 1991 से पूर्व भारत का विकास

स्वतंत्रता के बाद से भारत में आर्थिक नियोजन को अपनाया गया। वर्ष 1951 से वर्ष 1990 के मध्य देश में 7 पंचवर्षीय योजनाओं का क्रियान्वयन किया गया। सन् 1991 तक भारत के विकास की प्रमुख उपलब्धियाँ निम्नलिखित रहीं -

**1. सार्वजनिक क्षेत्र का विस्तार** - देश में मूलभूत सुविधाओं तथा भारी एवं बुनियादी उद्योगों के विकास हेतु सार्वजनिक क्षेत्र का विस्तार किया गया। इस अवधि में इस्पात, विद्युत, उर्वरक, भारी मशीनों, रसायन, जहाज निर्माण आदि के कारखाने सार्वजनिक क्षेत्र के अन्तर्गत स्थापित किए गए, फलतः देश में सार्वजनिक क्षेत्र का तेजी से विस्तार हुआ।

**2. आत्मनिर्भरता** - पंचवर्षीय योजनाओं में आत्मनिर्भरता प्राप्ति का लक्ष्य रखा गया था। इस उद्देश्य की प्राप्ति के लिए विदेशी सहायता पर निर्भरता को कम किया गया। इस अवधि में कृषि के क्षेत्र में आत्मनिर्भरता प्राप्त की गई तथा विशाल औद्योगिक क्षेत्र विकसित किया गया।

**3. विदेशी व्यापार** - वर्ष 1991 तक आयातों पर नियंत्रण रखा गया। इस अवधि में केवल अनिवार्य वस्तुओं जैसे, मशीनरी, उर्वरक और पेट्रोलियम का ही मुख्य रूप से आयात किया गया। देश के उत्पादकों को विदेशी प्रतिस्पर्धा से बचाए रखने के लिए संरक्षण की नीति को अपनाया गया। फलतः इस अवधि में व्यापार धीमी गति से बढ़ा। कुल विश्व व्यापार में भारत का योगदान वर्ष 1951 में लगभग 1 प्रतिशत था जो घटकर वर्ष 1991 में केवल 0.6 प्रतिशत रह गया था।

**4. राष्ट्रीय एवं प्रति व्यक्ति आय** - वर्ष 1951 से 1991 की अवधि में राष्ट्रीय आय में औसतन 4.0 प्रतिशत की दर से वृद्धि हुई। इस अवधि में जनसंख्या में तीव्र वृद्धि होने के कारण प्रतिव्यक्ति आय बहुत धीमी गति से बढ़ी।

**5. रोजगार के अवसरों में वृद्धि** - इस अवधि में यद्यपि रोजगार के अवसरों में वृद्धि के प्रयास किए गए तथापि यह समस्या दिन प्रतिदिन बढ़ती रही। वर्ष 1991 तक बेरोजगारी की समस्या अत्यधिक जटिल हो गई थी।

**6. विदेशी मुद्रा का संकट** - वर्ष 1951 से 1991 तक भारत ने आयातों को कम करने की नीति को अपनाया। किन्तु पेट्रोलियम पदार्थ, मशीनरी एवं अन्य आवश्यक वस्तुओं के आयात हेतु भारत को विदेशी मुद्रा की आवश्यकता बनी रही। इन वस्तुओं के आयात हेतु भारत को बड़ी मात्रा में विदेशी ऋण लेना पड़े थे। फलतः भारत विदेशी मुद्रा के संकट में फँस गया था।

**7. मूल्य वृद्धि** - नियोजन की अवधि में भारत को लगातार मूल्य वृद्धि का सामना करना पड़ा था। प्रथम पंचवर्षीय योजना के बाद वर्ष 1956 से 1991 के मध्य भारत में मुद्रास्फीति की दर 5 से 6 प्रतिशत के मध्य रही।

प्रथम योजना को छोड़कर शेष सभी योजनाओं में मूल्य वृद्धि की समस्या बनी रही।

इस प्रकार स्पष्ट है कि वर्ष 1951 से 1991 के दौरान भारत ने अनेक क्षेत्रों में महत्वपूर्ण प्रगति की। किन्तु विदेशी व्यापार एवं विदेशी मुद्रा के क्षेत्र में भारत को अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ा था। एक स्थिति तो ऐसी आ गई थी कि भारत को विदेशी मुद्रा की प्राप्ति के लिए अपने स्वर्ण भण्डार को गिरवी रखकर ऋण लेना पड़ा था।

## 21.4 वैश्वीकरण एवं भारत ( वर्ष 1991 के बाद भारत का विकास )

वर्ष 1991 से भारत ने नवीन आर्थिक नीति को अपनाया है। इस नीति का मुख्य उद्देश्य विश्व में हुई प्रगति एवं तकनीकी ज्ञान का लाभ उठाकर देश में आर्थिक विकास की गति को तेज करना है। इस नीति के द्वारा देश में विद्यमान प्रशासनिक नियंत्रणों को समाप्त करके उदारिकरण का मार्ग प्रशस्त किया गया। इसके साथ ही निजी निवेश को प्रोत्साहित एवं विदेशी पूंजी को आकर्षित करने का प्रयास भी किया गया है। संक्षेप में यह कहा जा सकता है कि नई नीति के द्वारा भारतीय अर्थव्यवस्था को विश्व अर्थव्यवस्था से जोड़कर एक नए अध्याय का श्रीगणेश किया गया है। वर्ष 1991 के बाद देश की अर्थव्यवस्था में हुए सुधार एवं वैश्वीकरण के प्रभाव निम्नलिखित हैं-

**1. आयात-निर्यात -** वर्ष 1991 में घोषित आयात - निर्यात नीति में निर्यात आधारित विकास पर जोर दिया गया है। इस उद्देश्य की प्राप्ति हेतु आयात एवं निर्यात पर लगे हुए प्रतिबन्धों तथा प्रशासनिक नियंत्रण को कम किया गया है। आयात - निर्यात नीति (2004-09) में आयातों एवं निर्यातों को और अधिक सुविधाजनक बनाया गया है। यहाँ यह उल्लेखनीय है कि भारत विश्व व्यापार संगठन का प्रारम्भ से ही सदस्य है। इसके कारण भारतीय बाजारों को विश्व के अन्य देशों के लिए खोलने एवं स्वतंत्र व्यापार को बढ़ाने के प्रति वचनबद्ध है। पिछले वर्षों में आयात शुल्क कम करने का भारतीय अर्थव्यवस्था पर अनुकूल प्रभाव पड़ा है। कुल विश्व व्यापार में भारत के विदेशी व्यापार का योगदान वर्ष 1990 में 0.6 प्रतिशत से बढ़कर अब लगभग 1.0 प्रतिशत हो गया है।

**2. औद्योगीकरण -** वर्ष 1991 को घोषित औद्योगिक नीति और बाद में किए गए सुधारों के कारण देश में औद्योगीकरण में तेजी आई है। अब सार्वजनिक क्षेत्र के अन्तर्गत आरक्षित उद्योगों की संख्या केवल 3 रह गई है। इसका अर्थ यह है कि निजी क्षेत्र को अपने विस्तार के पर्याप्त अवसर प्राप्त हो गए हैं। औद्योगिक नीति के अनुसार देश में अब उदारिकरण एवं निजीकरण की नीति को अपनाया जा रहा है। अर्थव्यवस्था के अनेक क्षेत्र अब विदेशी निवेश के लिए खोल दिए गए हैं। इस नई औद्योगिक नीति के परिणामस्वरूप देश में विकास दर लगभग 9 प्रतिशत हो गई है।

**3. विदेशी निवेश में वृद्धि -** वैश्वीकरण के बाद अनेक बहुराष्ट्रीय कम्पनियों ने भारत में अपने निवेश में वृद्धि की है। इन कम्पनियों ने सेलफोन, मोटर गाड़ियाँ, इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों, ठंडे पेय पदार्थों, जंक खाद्य पदार्थों एवं बैंकिंग जैसी सेवाओं के निवेश में रुचि दिखाई है। इन उद्योगों और सेवाओं में नये रोजगार के अवसर उत्पन्न हुए हैं। इसके साथ ही, इन उद्योगों को कच्चे माल आदि की आपूर्ति करने वाली स्थानीय कम्पनियों को लाभ हुआ है। इस प्रकार कहा जा सकता है कि 1991 के बाद देश में विदेशी निवेश में वृद्धि हुई है और परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था को लाभ हुआ है।

**4. उपभोक्ताओं को लाभ -** वैश्वीकरण के बाद विदेशी एवं स्थानीय उत्पादकों के मध्य परस्पर प्रतियोगिता में वृद्धि हुई है और परिणामस्वरूप अनेक वस्तुओं एवं सेवाओं की कीमतें कम हुई हैं। इससे उपभोक्ताओं को उत्कृष्ट गुणवत्ता वाली वस्तुएँ प्राप्त हो रही हैं। अब उपभोक्ताओं को पहले से अधिक विकल्प उपलब्ध हैं। परिणामस्वरूप उपभोक्ता वर्ग पहले की तुलना में उच्चतर जीवन स्तर का लाभ प्राप्त कर रहे हैं।

**5. भारतीय कम्पनियों को लाभ** - वैश्वीकरण ने अनेक भारतीय कम्पनियों को बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के रूप में स्थापित किया है। इन कम्पनियों ने विश्व स्तर पर अपने क्रियाकलापों का विस्तार किया है। उदाहरणार्थ- टाटा मोटर्स, इंफोसिस, रैनबैक्सी, ऐशियन पेंट्स, सुन्दरम फास्नर्स को लिया जा सकता है जो अब बहुराष्ट्रीय कम्पनिया बन गई हैं। भारतीय कम्पनियों ने विदेशी कम्पनियों से प्रतियोगिता करने के लिए नवीनतम प्रौद्योगिकी को अपनाया है और उत्पादन के मानकों का ऊचा उठाया है। कुछ कम्पनियों ने बहुराष्ट्रीय कम्पनियों से सहयोग करके अपनी स्थिति को सुधारा है।

**6. सेवा क्षेत्र का विस्तार** - वैश्वीकरण ने संचार प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में नवीन लाभप्रद सेवाओं का विस्तार किया है। एक भारतीय कम्पनी द्वारा लन्दन स्थित कम्पनी के लिए पत्रिका का प्रकाशन और कॉल सेन्टर्स इसके उदाहरण हैं। इसके अतिरिक्त डाटा एन्ट्री, लेखाकरण, प्रशासनिक कार्य, इंजीनियरिंग जैसी कई सेवाएँ भारत जैसे देशों में उपलब्ध है। ये सेवाएँ विकसित देशों को निर्यात की जाती हैं। भारत को साफ्टवेयर की सेवाओं के निर्यात के द्वारा भी बड़ी मात्रा में विदेशी मुद्रा प्राप्त हो रही है।

### 21.5 वैश्वीकरण से उत्पन्न समस्याएँ

यह कहना सही नहीं है कि वैश्वीकरण से भारत को केवल लाभ ही हुआ है। वास्तविकता यह है कि वैश्वीकरण से अनेक समस्याएँ भी पैदा हुई हैं। ये समस्याएँ निम्नलिखित हैं -

**1. छोटे उत्पादकों पर प्रभाव** - भारत के अनेक छोटे उद्योगों पर वैश्वीकरण का बुरा प्रभाव पड़ा है। विदेशों में उत्पादित माल से प्रतियोगिता करने में छोटे उद्योग सक्षम नहीं हैं। परिणामस्वरूप अनेक छोटे उद्योग बन्द हो गए हैं। बैटरी, संधारित, प्लास्टिक, खिलौने, टायर, डेयरी उत्पादों एवं खाद्य तेल के उद्योगों की स्थिति अत्यधिक खराब है। यहाँ यह उल्लेखनीय है कि भारत में लघु उद्योगों में कृषि के बाद सबसे अधिक लोगों को रोजगार प्राप्त है।

**2. रोजगार में अनिश्चितता** - वैश्वीकरण के कारण श्रमिकों के जीवन पर व्यापक प्रभाव पड़ा है। बढ़ती प्रतियोगिता के कारण अधिकांश नियोजित इन दिनों श्रमिकों को रोजगार देने में लचीलापन पसन्द करते हैं। इसका अर्थ यह है कि श्रमिकों का रोजगार अब सुनिश्चित नहीं है। कारखाने के मालिक लागत को कम करने के उद्देश्य से श्रमिकों को अब अस्थायी रोजगार प्रदान करते हैं, ताकि उन्हें वर्ष भर वेतन नहीं देना पड़े। इसके साथ ही श्रमिकों को बहुत लम्बे कार्य-घंटों तक काम करना पड़ता है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि वैश्वीकरण के कारण मिले लाभ में श्रमिकों को न्यायसंगत हिस्सा नहीं दिया जा रहा है।

**3. सभी लोगों को लाभ नहीं** - अनुभव यह बताता है कि वैश्वीकरण सभी के लिए लाभप्रद नहीं रहा है। शिक्षित, कुशल और सम्पन्न लोगों ने वैश्वीकरण से मिले नये अवसरों का सर्वोत्तम उपयोग किया है। इसके विपरीत, अनेक लोगों को लाभ में हिस्सा नहीं मिला है। नन्दीग्राम की घटना यह दर्शाती है कि जिन लोगों की भूमि अधिग्रहित की गई है, उनको विशेष आर्थिक क्षेत्र कार्यक्रम का समुचित लाभ प्राप्त नहीं हुआ है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि समाज का कमजोर एवं गरीब वर्ग वैश्वीकरण के लाभों से दूर है।

**4. विकसित देशों का वर्चस्व** - वैश्वीकरण की प्रक्रिया विश्व व्यापार संगठन के निर्देशानुसार क्रियान्वित की जा रही है। किन्तु इस संगठन में विकसित देशों का वर्चस्व अधिक है। ये देश उन्हीं नीतियों एवं कार्यक्रमों का समर्थन करते हैं जिनसे उन्हें लाभ प्राप्त होता है। श्रमिकों के लिए इन देशों ने अपने बाजार नहीं खोले हैं। इसी प्रकार कृषि को दी जाने वाली सब्सिडी पर भी कोई निर्णय नहीं हुआ है। अतः यह आवश्यक है कि विकसित देशों के वर्चस्व को समाप्त किया जाए और ऐसे वैश्वीकरण को विकसित किया जाए जिसमें सभी देशों को लाभ हो।

**5. क्षेत्रीय विषमताएँ** - वैश्वीकरण से क्षेत्रीय विषमताएँ बढ़ी हैं। जिस प्रकार वैश्वीकरण से विकासशील

देशों की तुलना में विकसित देशों को अधिक लाभ मिला है, ठीक इसी प्रकार देश के अन्दर भी विकसित क्षेत्रों को पिछड़े क्षेत्रों की तुलना में अधिक लाभ प्राप्त हुआ है। इस प्रकार वैश्वीकरण के लाभ सभी क्षेत्रों के लोगों को प्राप्त नहीं हुए हैं।

इस प्रकार स्पष्ट है कि वैश्वीकरण से भारतीय अर्थव्यवस्था पर अच्छे एवं बुरे दोनों प्रभाव पड़े हैं। वास्तविकता यह है कि वैश्वीकरण से उद्योग-धंधों को लाभ हुआ है और विश्व बाजार में हमारी पहुँच हो गई है। अनेक भारतीय उत्पादकों ने बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का स्वरूप प्राप्त कर लिया है। भारतीय अर्थव्यवस्था की विकास दर भी लगभग 9 प्रतिशत से अधिक हो गई है। उपभोक्ताओं को अब विश्व स्तर की वस्तुएँ प्राप्त होने लगी हैं।

किन्तु, वास्तविकता यह है कि वैश्वीकरण के लाभ सभी वर्गों के लोगों को समान रूप से नहीं मिले हैं। अनेक लघु एवं छोटे उद्योग प्रतियोगिता के कारण बन्द हो गए हैं। भारत जैसे विकासशील देशों में विद्यमान गरीबी एवं बेरोजगारी जैसी समस्याएँ और अधिक जटिल हो गई हैं। इसके साथ ही विश्व व्यापार संगठन पर विकसित देशों का वर्चस्व होने के कारण वैश्वीकरण के लाभ विकासशील एवं पिछड़े देशों को नहीं मिल पा रहे हैं। नए श्रमिक कानूनों का भी मजदूर वर्ग पर अच्छा प्रभाव नहीं पड़ा है। अतः आवश्यकता है कि 'न्यायसंगत' वैश्वीकरण के लिए प्रयास किए जाएँ। वैश्वीकरण सभी समस्याओं का निदान नहीं है। वैश्वीकरण की सफलता 'आत्मनिर्भरता' पर अधिक निर्भर है। भारत का स्वदेशी आन्दोलन इसी पर आधारित है, जिसे महात्मा गांधी सहित कई विभूतियों ने अपनाया था।



- बहुराष्ट्रीय कम्पनी** - एक ऐसी कम्पनी जिसका उत्पादन एवं बिक्री से संबंधित कार्य एक से अधिक देशों में फैला हुआ है।
- वैश्वीकरण** - जब विश्व के सभी देश व्यापार की उदार नीतियों को अपनाते हैं और परिणामस्वरूप सम्पूर्ण विश्व के बाजारों का एकीकरण हो जाता है।
- उदारीकरण** - प्रशासकीय नियंत्रणों को कम करके स्वतंत्र व्यापार की नीतियों को अपनाना उदारीकरण कहलाता है।
- मुद्रा स्फीति** - वस्तुओं एवं सेवाओं की कीमतों में निरंतर वृद्धि को मुद्रा स्फीति कहा जाता है।
- श्रम विभाजन** - किसी वस्तु की उत्पादन प्रक्रिया को विभिन्न उप-क्रियाओं में बाँटना और प्रत्येक उप-क्रिया को अलग-अलग श्रमिकों से कराना श्रम विभाजन कहलाता है।
- विश्व व्यापार संगठन** - एक ऐसा संगठन जो अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को उदार बनाने के लिए स्थापित किया गया है। इसकी स्थापना 1995 में की गई तथा सन् 2006 तक इसके 149 देश सदस्य थे।
- विशेष आर्थिक क्षेत्र** - निर्यात व्यापार में वृद्धि के उद्देश्य से निजी उद्यमियों को उद्योग लगाने हेतु प्रेरित करने की योजना।



## अभ्यास

### सही विकल्प चुनिए

- वैश्वीकरण ने जीवन स्तर में सुधार किया है -
  - गरीब वर्ग का
  - उच्च वर्ग का
  - ग्रामीण क्षेत्रों का
  - समाज के सभी वर्गों का
- वैश्वीकरण से कौन-से उद्योग बन्द हो गए हैं -
  - बड़े पैमाने के उद्योग
  - बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ
  - लघु उद्योग
  - सभी प्रकार के उद्योग
- भारत में वैश्वीकरण की प्रक्रिया प्रारम्भ हुई है -
  - सन् 1947 से
  - सन् 1951 से
  - सन् 1991 से
  - सन् 2001 से
- विश्व व्यापार संगठन की स्थापना हुई है -
  - सन् 1985
  - सन् 1995
  - सन् 2001
  - सन् 2005
- वैश्वीकरण का मुख्य आधार है -
  - विदेशी व्यापार
  - आन्तरिक व्यापार
  - उन्नत कृषि व्यापार
  - लघु उद्योग

### रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए -

- वर्तमान में आरक्षित उद्योगों की संख्या ..... है।
- वैश्वीकरण के अन्तर्गत विभिन्न अर्थव्यवस्थाओं के मध्य वस्तुओं एवं सेवाओं का ..... आवागमन होता है।
- विभिन्न देशों में उत्पादन करने वाली कम्पनियों को ..... कहा जाता है।

### अति लघुउत्तरी प्रश्न

- वर्ष 1991 से पूर्व भारत के विदेशी व्यापार की क्या नीति थी?
- एक से अधिक देशों में उत्पादन करने वाली कम्पनियों को क्या कहा जाता है?
- वैश्वीकरण से किस उपभोक्ता वर्ग को अधिक लाभ हुआ है?
- बहुराष्ट्रीय कम्पनियों से आप क्या समझते हैं?

**लघु उत्तरीय प्रश्न -**

1. विदेशी व्यापार क्या है?
2. बाजारों का एकीकरण क्या है?
3. वैश्वीकरण का छोटे उत्पादकों पर क्या प्रभाव पड़ा है?

**दीर्घ उत्तरीय प्रश्न -**

1. वैश्वीकरण से आप क्या समझते हैं? वैश्वीकरण की प्रक्रिया को प्रोत्साहित करने वाले कारणों की विवेचना कीजिए।
2. विदेशी व्यापार विभिन्न देशों के बाजारों के एकीकरण में किस प्रकार मदद करता है, लिखिए।
3. वैश्वीकरण के बाद भारत की आर्थिक स्थिति की व्याख्या कीजिए व वैश्वीकरण से उत्पन्न समस्याओं की विवेचना कीजिए।